

Model Wisata Halal *Sustainable* Di Indonesia

DISERTASI

oleh,
Tetty Yuliaty
NIM : 94315050610

**PROGRAM STUDI
EKONOMI SYARIAH**



**PROGRAM DOKTOR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PERSETUJUAN

Disertasi berjudul : ” *Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia*” atas nama Tetty Yuliaty , NIM.94315050610 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor) Program Doktor (S3), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada hari Sabtu tanggal 14 Maret 2020

Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

Medan 14 Maret 2020.

Panitia Sidang Ujian Akhir Disertasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan

Ketua

Sekretaris

Anggota

Prof. Dr.H.M.Yasir Nasution, MA
NIP.19500518 197703 1 001

H.Hendri Tanjung, MM; M.Ag; MPhil; Ph.D
NIDN.0430057101

Dr. Andri Soemitra MA
NIP.19760507 200604 1 002

Prof. Dr. Ramli, MSc
NIP.19580602 198803 1 001

Dr. Saparuddin Siregar SE. Ak, SAS, M.Ag, MA, CA.
NIP.19630718 200112 2 002

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Andre Soemitra. MA
NIP NIP.19760507 200604 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Tetty Yuliaty**
Nim : 94315050610 / EKSYA
Tempat/ Tgl. Lahir : Medan, 18 Juli 1964
Pekerjaan : Dosen Universitas Sumatera Utara Medan
Alamat : Jl. Gaperta Gg.Amal No.250
Medan.20124

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa disertasi yang berjudul
“Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia ” adalah benar-benar karya asli
saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, maka kesalahan dan
kekeliruan itu menjadi tanggungjawab saya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 25 Februari 2020
Yang membuat pernyataan

Tetty Yuliaty

ABSTRAK



Nama : Tetty Yuliaty

NIM : 94315050610/EKSYA

Judul : Model Wisata Halal *Sustainable* di Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah model konseptual untuk menggambarkan dan membuktikan secara empirik bagaimana wisata halal dapat diterapkan di Indonesia secara *sustainable*. Penelitian ini dilaksanakan di 4 (empat) daerah di Indonesia, yakni, Nusa Tenggara Barat , Bali, Aceh, dan Sumatera Utara. Responden dalam penelitian ini adalah para pakar wisata halal yang berasal dari pemerintah, MUI, pelaku bisnis dan masyarakat termasuk akademisi, yang berjumlah 18 orang. Teknik pengumpulan data dengan melalui FGD, *depth interview*, kuesioner, dan pertanyaan tulisan dan lisan. Metode yang digunakan melalui *Analytical Network Process* (ANP) .dengan terlebih dahulu mencari mencari factor kekuatan, kelemahan , peluang dan ancaman yang menggunakan Analisa SWOT.Hasil penelitian yang diperoleh dari para stakeholders yang berasal dari keempat daerah di atas mengungkapkan bahwa Aspek regulasi sangat penting bagi penerapan wisata halal , walaupun daerah memiliki aspek regulasi sendiri tetapi aspek regulasi dari pusat tentang wisata halal paling utama dan aspek sertifikasi halal adalah aspek yang paling dominan dalam model wisata halal *sustainable*. Seluruh daerah memiliki kesamaan aspek dominan yakni regulasi tentang wisata halal yang saat ini masih belum dimiliki pemerintah, dengan nilai tertinggi 0,336, diikuti masyarakat 0,311 serta objek wisata sebesar 0,297. Selanjutnya aspek dominan lainnya yang adalah regulasi tentang sertifikasi halal, baik regulasi dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dengan nilai 0,278 untuk sertifikasi yang dibuat regulasi pusat,dan 0,333 maupun regulasi atau kebijakan tentang wisata halal yang dibuat daerah. Penelitian ini juga menemukan 12 aspek penting yang menjadi prioritas dalam menuju wisata halal *sustainable* di Indonesia. Aspek-aspek tersebut antara lain. SDM, Daya Tarik Alam dan budaya, Sikap SDM, Kuliner, Infrastruktur, Media Sosial dan internet. Tokoh Masyarakat, Sadar wisata, Edukasi dan Informas. Seluruh pihak termasuk para peneliti terdahulu berharap Sinergitas stakeholders diharapkan dapat dilakukan secara baik dalam penerapan wisata halal sehingga wisata halal *sustainable* di Indonesia dapat tercapai dan pertumbuhan ekonomi dapat meningkat baik di daerah maupun di Indonesia yang akhirnya dapat memberikan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Kata kunci : Wisata Halal, *Sustainable*, Sinergitas, Regulasi, Sertifikasi Halal, Sertifikasi Kompetensi, Stakeholders

ABSTRACT



Name : Tetty Yuliaty

NIM : 94315050610/EKSYA

Title : *Sustainable Halal Tourism Model in Indonesia*

This study aims to build a conceptual model to describe and prove empirically how halal tourism can be applied sustainably in Indonesia . This research was conducted in 4 (four) regions in Indonesia, namely, West Nusa Tenggara, Bali, Aceh, and North Sumatra. Respondents of this study are halal tourism experts from the government, MUI, business people and the community including academics.. Data collection techniques through FGD, depth interviews, questionnaires, and written and oral questions. The method used through the Analytical Network Process (ANP). By first looking for factors of strengths, weaknesses, opportunities and threats using the SWOT Analysis. The results of research obtained from stakeholders from the four regions above revealed that the regulatory aspects are very important for the application of halal tourism, even though the region has its own regulatory aspects but the regulatory aspects of the center regarding halal tourism are the most important and the aspect of halal certification is the most dominant aspect in the sustainable halal tourism model. All regions have the same dominant aspect, namely regulation on halal tourism which is currently not owned by the government, with the highest value of 0.336, followed by the community of 0.311 and attractions of 0.297. Furthermore, other dominant aspects are regulations on halal certification, both regulations from the central and regional governments with a value of 0.278 for certifications made by the central regulation, and 0.333 as well as regulations or policies concerning halal tourism made by the regions. This study also found 12 important aspects that are prioritized in the direction of sustainable halal tourism in Indonesia. These aspects include. HR, Natural and cultural appeal, HR attitude, Culinary, Infrastructure, Social Media and the internet. Community Leaders, Tourism Aware, Education and Information. All parties including previous researchers hope that the synergy of stakeholders is expected to be carried out well in the implementation of halal tourism so that sustainable halal tourism in Indonesia can be achieved and economic growth can be increased both in the regions and in Indonesia which ultimately can provide overall welfare for the community.

Keywords : Halal Tourism, Sustainable, Synergy, Regulation, Halal Certification, Competency Certification, Stakeholders

ملخص البحث



اسم : ثيتي يولياني

رقم القيد للطلاب : 94315050610

الشعبة : الاقتصاد الشرعي

الموضوع : نمط السياحة الحلال المستدامة بإندونيسيا

يهدف هذا البحث إلى بناء نموذج مفاهيمي وصفي لإثبات إمكانية تطبيق السياحة الحلال في إندونيسيا بطريقة مستدامة. أجرى هذا البحث في أربع مناطق بإندونيسيا وهي غرب نوسا تنجارا وبالي ونشيه وشمال سومطرة. شارك في هذه الدراسة خبراء في مجال السياحة الحلال من الحكومة ومجلس الإفتاء الإندونيسي ونخبة من رجال الأعمال والمجتمع بما في ذلك الأكاديميون، بلغ مجموعهم 18 شخصا. يتم جمع البيانات لهذه الدراسة من خلال تقنيات FGD (مجموعة المناقش المركز) والمقابلات والاستبيانات والأسئلة الشفوية، والمنهج المستخدم هو عملية الشبكة التحليلية (ANP) من خلال البحث أولا عن نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات باستخدام تحليل SWOT. كشفت نتائج البحوث التي تم الحصول عليها من أصحاب المصلحة من المناطق الأربع المذكورة أعلاه أن جوانب تنظيم السياحة الحلال وجوانب منح شهادات الحلال كانت أكثر الجوانب المؤثرة في تحقيق السياحة الحلال المستدامة. هنالك جانبهمين مشترك بين جميع المناطق السياحية وهو التنظيم للسياحة الحلال الذي لا تملكه الحكومة حاليا بأعلى قيمة 0.336 يليها مجتمع 0.311 ومعالم الجذب 0.297. علاوة على ذلك، هناك جوانب مهيمنة أخرى هي اللوائح المتعلقة بشهادات الحلال، كلنا اللوائح من الحكومات المركزية والإقليمية بقيمة 0.278 لشهادات صادرة عن اللوائح المركزية و 0.333 من اللوائح الإقليمية. وجدت هذه الدراسة أيضا 12 جانباً مهماً تم تحديده في اتجاه السياحة الحلال المستدامة في إندونيسيا. وتشمل هذه الجوانب كما يلي: الموارد البشرية والنداء الطبيعي والثقافي وموقف الموارد البشرية والطهي والبنية السلفية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل الإنترنت قادة المجتمع والوعي السياحي والتعليم والمعلومات. من المتوقع زيادة مشاركة أصحاب المصلحة بحيث يمكن تحقيق السياحة الحلال المستدامة في إندونيسيا وزيادة النمو الاقتصادي وتوفير الرفاهية المجتمعية بشكل عام.

كلمة السر : السياحة الحلال، المستدامة، التأزر، التنظيم ، إصدار الشهادات حلال، شهادو كفاءة المواد البشرية، أصحاب المصلحة.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil‘alamin,

Puji syukur kepada Allah SWT., yang telah memberikan rahmat dan karunia serta izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan disertasi ini, kepada-Nya penulis memohonkan agar kita senantiasa mendapat hidayah, lindungan, berkah dan ridha-Nya. Salawat beriring salam kepada yang mulia Rasulullah Muhammad SAW., semoga kita semua termasuk umat yang dapat meneladani beliau untuk dapat beramal saleh dan mencapai derajat taqwa.

Penelitian ini disusun penulis dalam rangka melengkapi persyaratan penyelesaian program Doktorat Ekonomi Syariah Strata 3 (S3), Program Doktor F UIN Sumatera Utara Medan, dengan judul disertasi: “***Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia***”. Judul tersebut terilhami dari banyaknya masalah yang timbul dalam penerapan wisata halal di daerah-daerah tertentu, padahal wisata halal memiliki prospek yang sangat menjanjikan di masa depan, ditinjau dari berbagai sisi, baik dari jumlah penduduk muslim yang akan menjadi berkali lipat jumlahnya dari sekarang, kesadaran akan gaya hidup halal kini semakin digemari tidak hanya di Indonesia bahkan dunia. Dan yang paling penting dengan memiliki banyak keunggulan dalam bidang ini, serta telah ditetapkannya daerah-daerah yang menjadi destinasi wisata halal namun Indonesia belum juga memiliki regulasi tentang wisata halal. Di dalam disertasi ini akan diketahui bagaimana model wisata halal sustainable yang bisa direkomendasikan. Berbagai masalah dan hambatan penulis alami dalam penyelesaian disertasi ini, namun berbagai kemudahan juga telah penulis terima dalam menyelesaikannya, berkat peran serta berbagai pihak yang telah membantu secara langsung ataupun tidak langsung untuk melengkapi demi penyelesaian dan penyempurnaan disertasi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya disertasi ini. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- Teristimewa alm Bapanda Pardi , dan Ibunda Sudarsih yang kini sedang sakit dan kini semakin membaik, yang telah membimbing penulis dari kecil

hingga saat ini dengan tiada henti, dengan kasih sayangnya, ketulusannya, kesabarannya, keihlasannya, serta senantiasa mendukung dalam kegiatan apapun yang bermanfaat dengan iringan doanya setiap waktu kepada penulis. semangat dan motivasi yang luar biasa serta kecintaannya yang berlimpah. Dari kedua orangtercinta inilah penulis mendapatkan banyak pelajaran, berharga dalam memahami kehidupan, .Semoga Allah SWT memberikan kesembuhan dan mengangkat penyakit Ibunda tercinta dan membalas semua kebaikan dan mendapatkan surgaNya sebagai balasan kelak serta memberikan surga terindah dan terbaik bagi alm. Bapanda tercinta

- Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag, sebagai Rektor UIN SU. yang telah berkenan memberi kesempatan kepada penulis untuk dapat melanjutkan program doctoral Ekonomi Syariah di UIN SU. Dan
- Bapak Prof. Dr. Syukur Kholil, MA., sebagai Direktur Program Pasca Sarjana UIN SU yang telah memberikan dosen-dosen terbaik selama kami kuliah hingga selesainya perkuliahan kami dan Bapak Dr. Akhyar Zein, selaku Wakil Direktur Program Pasca Sarjana UIN SU yang telah banyak membantu kami.
- Bapak Dr. Andre Soemitra, MA, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara Medan, dan juga penguji dalam semua ujian baik baik di seminar proposal, seminar hasil, sidang tertutup dan juga sidang terbuka , juga sebagai dosen di program doctor ekonomi syariah , terimakasih atas ilmunya yang bermanfaat , bimbingannya serta arahan dan motivasinya untuk mempecepat selesainya studi doctoral ini .
- Ibu Dr. Sri Sudarti, MA. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3), FEBI UIN Sumatera Utara Medan, yang telah banyak membantu kami para mahasiswa dalam kelancaran proses administrasi dan sidang-sidang disertasi serta banyak lainnya yang mempermudah kelancaran setiap mahasiswa dalam menempuh studi di program ini
- Ibu Dr. Yenni Samri Juliati Nasution,MA ., selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Strata 3 (S3), FEBI UIN Sumatera Utara Medan, yang telah

banyak membantu kami dalam setiap urusan administrasi, dan juga Ibu Dr, Mailin , MA yang sudah banyak membantu penulis selama urusan proses disertasi ini

- Bapak Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution, MA., selaku promotor dan juga dosen di prodi S3 Eksya, terimakasih banyak atas peran dan jasa Bapak dalam membantu kami, baik ilmu, bimbingan dan arahan dalam proses penyelesaian disertasi, dorongan pemikiran serta kesabaran dalam penyelesaian disertasi ini, Kesahajaan dan panutan keteladanan Bapak dalam setiap kesempatan semoga dapat kami ikuti.
- Bapak H. Hendri Tanjung, MM; M.Ag; MPhil; Ph.D., selaku co-promotor yang sangat bersahaja dan sabar dan juga dosen di Prodi S3 Eksya , terimakasih atas semua sharing ilmu-ilmu baru ke syariat yang sangat berguna yang diberikan kepada saya berkenan memberikan waktu dan segala kemudahan serta arahan dan bimbingan dalam penyelesai disertasi ini hingga selesai.
- Bapak Prof. Dr. Ramli, MS, selaku penguji eksternal, serta dekan FEB USU terimakasih atas kesediaanya menjadi penguji , termasuk masukan dan saran-saran yang bermanfaat dan kesempatan yang diberikan kepada saya sebagai dosen di FEB USU, kepercayaannya dalam melaksanakan tugas dan kegiatan di kampus, dukungan moril dan bantuannya hingga penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dengan baik, tidak hentinya memberi semangat, dalam menghasilkan karya disertasi yang berkualitas.
- Bapak Dr. Saparuddin Siregar SE. Ak, SAS, M.Ag, MA, CA., selaku penguji dan juga dosen di prodi S3 Eksya, Terimakasih atas ilmunya ,segala masukan-masukannya yang bermanfaat, saran dan kritikan yang diberikan untuk perbaikan dan kesempurnaan disertasi ini.
- Kepada para narasumber-narasumber hebat yang berpartisipasi pada disertasi ini, yang telah rela meluangkan waktunya diantara kesibukan kerjanya yang sangat padat, dan berkenan dalam berperan serta untuk penyempurnaan disertasi ini , membagi ilmu dan pengalaman luar biasa di bidangnya dan membuka wacana tentang wisata halal, motivasinya, masukan dan sarannya yang berharga, diantaranya yang terhormat Bapak/Ibu :

- Para pejabat di jajaran lingkungan Kementerian Pariwisata: Bapak Sumaryadi, A.Par., SE., MM (Pusat), Anggota Tim Percepatan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata yang juga Dosen STP Bandung; Bapak Wisnu Rahtomo (Pusat) Mengembangkan konsep ekosistem destinasi pariwisata halal dan Dosen STP Bandung.. Bapak Aang Ahyarudin, S.TP (Pusat-Jakarta) Auditor Halal Dan Kasubbid Pembinaan LPPOM Mui Daerah–Jakarta serta Terimakasih yang sebesar-besarnya juga kepada Direktur Politeknik Pariwisata Medan yang telah membantu penulis menjembatani narasumber di atas.
- Bappeda Balitbang Nusa Tenggara Barat yang telah menerima penulis dengan tangan terbuka dan bantuannya yang berharga , Ibu St. Alfiah, SE, dari Dinas Pariwisata, Hj Rauhun, SE, Direktur LPPOM MUI dan Bapak Hasanuddin, A. Md. Par. (NTB) Manajer Personalia Hotel serta Bapak M. Akbar M. Siddik (NTB) Pemberdayaan Masyarakat Dan Peningkatan Peran Perempuan Rinjani dan Baiq Meining DL, S. Psi dari (NTB) Pelaku Usaha, terimakasih atas segala bantuan dan kerjasamanya yang baik, semoga sukses kelak.
- Dinas Pariwisata Bali dan stakeholders; DR. Dra. Dewa Ayu Laksmiadi Janapriati, M.Pa (Bali) Dinas Pariwisata ; Dra. Any Hani'ah, M.A (Bali) Kepala Seksi Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syari'ah; Irmansjah Madewa Dipl. Hot., CHA., CMTA-TQ., CHIA., S.E (Bali), GM Aston Kuta Kuta Hotel & Residence dan Samsul Hadi (Bali) PNS, terimakasih atas informasi dan bantuannya.
- Para pejabat di jajaran Dinas Pariwisata Sumut dan stakeholders ; Drs. H. Muchlis Msi (Sumut) Dinas Pariwisata yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi pengalaman dan ilmunya , serta membantu penulis dalam membuka komunikasi dengan Tim Percepatan pariwisata Halal Pusat, peran dan jasa Bapak semoga kelak Allah membalasnya; Prof Dr Ir Basyaruddin MS (Sumut) Direktur LPPOM MUI yang berkenan membantu penulis; Bapak Maruli Damanik Amd Par (Sumut) Direktur Lovely Holidays, sebagai praktisi wisata yang konsisten, komitmen dan sangat terbuka atas seluruh sumber informasi

yang berguna dan bermanfaat yang telah diberikan tentang wisata halal, terimakasih atas saran dan pengalamannya yang luar biasa di bidang wisata khususnya wisata halal.

- Para pejabat di jajaran Dinas Pariwisata dan stakeholders: Bapak Ismail, S.Pd, (Aceh) Dinas Pariwisata Aceh, Bapak Deni Chandra (Aceh) Sekretaris LPPOM MPU dan Bambang Pramusinto MBA (AceH) Gm Hotel Kyriad Id. Terimakasih yang tak terhingga buat dinas pariwisata Aceh dan seluruh jajarannya yang telah berkontribusi banyak untuk penyempurnaan disertasi ini.
- Bapak / Ibu Dosen Prodi Eksya FEB UIN SU yang banyak memberikan ilmu dan motivasi selama masa perkuliahan diantaranya, Bapak Prof. Dr. Amiur Nuruddin MA., Bapak Prof. Dr. Ahmad Qarib, MA., MA, Bapak Dr. M.Ridwan yang telah memberikan inspirasi usulan penelitian ini, terimakasih atas sarannya, Prof. Shabri yang telah banyak berbagi ilmu dan wacana, Bapak Dr. M. Yusuf Harahap, M.Si., Bapak Dr. Dede Ruslan, M.Si., Bapak Dr. Rifki Ismal, dan lainnya yang tak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih sudah mengajarkan kepada kami ilmu, pengalaman yang bermanfaat dan juga bimbingannya yang luar biasa sehingga kami dapat menyelesaikan perkuliahan ini
- Rektor Universitas Sumatera Utara Bapak Prof. Dr. Runtung Sitepu, SH. M. Hum, serta seluruh Wakil Rektor atas kesempatan yang diberikan, bimbingan dan arahan, serta bantuan yang bermanfaat sehingga penulis dapat mengikuti program Doktor ini hingga selesai.
- Bapak/Ibu Wakil Dekan FEB USU, khususnya yang saya hormati dan yang saya cintai dan banggakan Wakil Dekan 1, Ibu Prof. Dr. Prihatin Lumbanraja, SE, MSi, dan Wakil Dekan 3 Ibu Prof. Dr. Arlina Nurbaity, SE, MSi, tiada kata yang dapat dengan indah saya rangkai, selain terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada saya selama ini dalam melaksanakan seluruh tugas dan kegiatan di kampus, nasehat-nasehat yang selalu hadir, motivasi dan dukungan moril luar biasa yang tiada henti kepada penulis dalam setiap kesempatan, serta mohon maaf jika ada kekurangan ataupun kekhilafan yang saya lakukan selama

bertugas. Bapak Wakil Dekan 2, Bapak Hasan Sakti, SE, MSi, terimakasih atas bantuan dan segala dukungannya selama ini.

- Ketua Prodi D3 Kesekretariatan Ibu Marhayanie, SE, Msi serta Sekretaris Prodi Ibu Inneke Qomariah SE, MSi terimakasih banyak atas kesempatan dan dukunga serta motivasinya dalam menyelesaikan disertasi ini.
- Bapak/Ibu Ketua Prodi di lingkungan FEB USU dan Sekretaris Prodi Manajemen diantaranya Bapak Dr. Amlys Putra Silalahi, SE, MSi, serta Sekretaris Prodi Bapak M. Dolli Jafar Dalimunthe, SE, MSi, Ketua Prodi S2 dan S3 Manajemen Ibu Dr. Endang S, SE, Msi,. Sekretaris Prodi S3 Manajemen Ibu Dr. Beby Karina Fauzeea Sembiring, MM, Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan (S1) Coki Ahmad Syahwier,SE, MP. terimakasih banyak atas dukungan dan motivasinya kepada saya. Dan apresiasi khusus kepada yang saya hormati Ibu Dr. Yeni Absah, SE, MSi, , Seketaris Prodi S2 Manajemen dan dan Ibu Prof. Dr. Isfenty Sadalia,SE,ME Ketua Prodi Magister Manajemen (MM) terimakasih banyak kesempatan yang diberikan, dukungannya yang tiada henti, masukan-masukan, nasehat serta arahnya kepada penulis dan juga motivasinya yang berharga serta mengingatkan dalam penyelesaian disertasi ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu semua.
- Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen di lingkungan FEB USU, khususnya Bapak Dr. Wahyu Ario Pratomo, yang telah banyak membantu memberikan masukan Dra, Marhaini, MS, Ibu Dra.Setri Hiyanti Siregar,M.Si, sahabat Ibu Risanty, SE,MSi.Ak, Ibu Juwita, SE, MSi.Ak, dan seluruh Bapak/Ibu yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas dukungannya dan juga motivasinya
- Dan yang terhormat sahabat di organisasi BKSP Bapak Ivan Iskandar Batubara dan Bapak Hendra Utama, Bapak/Ibu di Forum Komunikasi Jejaring Pemagangan Sumut , Bapak/Ibu pengurus Dewan Riset Daerah Kota Medan Medan , yang terhormat Prof. Syawal Gultom, Prof. Hamdani, Dr. Agus Sani, Prof .Sri Sulistyawati, Dr. Sugiharto, Dr. Bhakti, Teman-teman di Balitbang Kota Medan Bapak Bahrian, Ibu Rani dan Ibu Titri Sujono, Ibu Wiwit terimakasih atas perhatian, dukungan dan motivasinya. Para sahabat dalam kegiatan kemanusiaan Ibu Saurma Siahaan, Ibu Ranggini ,terimakasih sudah

menjadi teman diskusi dan sharing ilmu dan pengalamannya. Adinda Rahma Mandasari, Citra, dan juga Desi, Yani Serta rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

- Direktur LSP APSI Jakarta, Ibu Inez Mutiara Tedjosumirat dan Ibu Yayuk yang telah memberikan, dukungan dan motivasinya
- Bapak/ibu guru sejak dari SD , SMP dan SMK serta Bapak/Ibu dosen S1 dan S2 yang telah mendidik penulis hingga berhasil hingga saat ini, terimakasih atas ilmu dan skill yang telah diajari kepada penulis
- Bapak Dr. Muslim Marpaung, yang telah banyak memberi saran dan arahan serta dukungan
- Rekan-rekan Kelas S3 Eksya UINSU stambuk 2015, khususnya Bapak Dr. Bambang, teman diskusi yang banyak memberi saran, Yunni ,Bu Mala, Bu Fat, Nur, Pak Zoe, Pak Safei, Pak Deddy. Fauzan dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan terimakasih atas persahabatan yang terjalin dan suka duka dalam kehidupan kampus kawan seiring
- Instruktur pelatih ANP adinda Nurman dari UIC Bogor, yang telah banyak membantu dan berperan besar dalam memberikan ilmunya dan olahan data kualitatif kuantitatif tentang ANP hingga penyelesaian disertasi ini
- Bapak Dr. Bayu Tri Cahyono dan Bapak Dr. Budi Trianto, Bapak Faturrachman, Bapak Hidayat, Bapak Dr. Sugianto, sahabat dari program doktoral S3 UIN SU yang telah berbagi ilmu dan diskusi tentang disertasi, Bapak Ade Gunawan yang sudah memperkenalkan program ini kepada penulis dan lainnya
- Sahabat dan adinda tercinta Tari di Bali, yang telah memudahkan komunikasi dengan para narasumber di Bali, karyawan Bappeda / Balitbang Nusa Tenggara Barat dan juga Dinas pariwisata NTB, serta LPPOM NTB yang telah banyak direpotkan dalam penelitian ini, terimakasih atas segala bantuannya yang tidak terhingga.
- Para staf dan anak didik tercinta, Sri Puspita Sari, Adis, Ayu Sagia, Ruza Lifa dan Tiara yang telah banyak turut membantu dalam membuat disertasi ini.
- Sahabat-sahabat dan semua pihak yang selalu memberi dukungan dan doa

dimanapun berada baik sebelum dan selama penulis menempuh studi Doktor. Terima kasih atas persaudaraan dan persahabatan yang telah kita jalin, tiada yang lebih indah dari ukhuwah kita.

Yang terkasih dan tercinta, serta Kakanda Nani Pardaningsih, adinda Sri Wahyuni, Ahmad Ilham dan Ikhdar Wahid, kalian terbaik yang pernah penulis miliki, terima kasih atas dukungannya dan semangatnya serta perhatiannya kepada penulis hingga bisa menyelesaikan disertasi dan pendidikan S3 ini dengan baik.

Di ujung pengantar ini sekali lagi ingin saya ucapkan dari hati yang paling dalam, apresiasi dan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada seluruh Bapak/Ibu yang terhormat yang telah membantu penulis baik dalam masa kuliah maupun penyelesaian disertasi ini, tiada kata yang terbaik, selain doa Semoga Allah SWT memberikan rahmat, kesehatan, keberkahan, hidayah dan keampunanNya kepada kita semua, serta membalasnya kelak di kemudian hari, Aamiin YRA

Penulis percaya bahwa hasil karya sederhana ini merupakan berkah yang diberikan Allah SWT atas hasil usaha dan doa orang tua, serta doa-doa para dosen, rekan kerja, sahabat dan keluarga selama ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun cara penyajian disertasi masih jauh dari kesempurnaan, hal ini terutama disebabkan terbatasnya pengalaman, pengetahuan, serta waktu penulis dalam menyelesaikan disertasi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari siapapun yang telah membaca disertasi ini untuk lebih menyempurnakannya.

Akhirnya penulis berharap kiranya disertasi ini dapat bermanfaat kepada seluruh pihak dan juga penulis untuk menambah khasanah pengembangan ilmu di bidang ekonomi syariah secara umum dan manajemen syariah khususnya bidang pemasaran dan wisata halal.

Medan, 25 Februari 2020



Tetty Yuliaty

NIM. 94315050610/EKSYA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Pedoman Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini merupakan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	£	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	¥	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	©	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syim	Sy	es dan ye
ص	sad	i	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	«	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	-	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	§	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Ki
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em

ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrop
ي	ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	A	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I	I
ُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َـي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
َـو	Kasrah dan waw	Au	a dan u

Contoh: جهج = jahada
 لئس = su'ila
 يور = ruwiya

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِيْ	<i>Fathah dan alif atau Ya</i>	í	i dan garis di atas
يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	ū	u dan garis di atas

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marb^{ah} ada dua, yaitu:

- *Ta marb^{ah} hidup*

Ta marb^{ah} yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan «ammah, transliterasinya adalah /t/

Contoh: راولا فاطمة = raud}ah al-at}fa>l

- *Ta marb^{ah} mati*

Ta marb^{ah} yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah/h/.

Contoh: تاحط = t}alhah

Kalau pada kata terakhir dengan *Ta marb^{ah}* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *Ta marb^{ah}* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: مونا مدينا = al-Madi>nah al-Munawwarah =
al Madinatul Munawwarah

5. Syaddah/ Tasydid (Konsonan Rangkap)

Syaddah atau tasydid dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah.

Contoh: ربّ = rabbana>
زنّ = nazzala
حّ = al-hajj
مّ = nu'ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (لا), namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

→ *Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf / l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: لجرلا = ar-rajulu

 لديسلا = as-sayyidatu

 س مثلا = asy-syamsu

→ *Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: م لقا = al- qalamu

 ع يدبلا = al-bad'u

 ل لاجلا = al-jalalu

Singkatan

As = 'alaih as-salam

= halaman

= tahun Hijriyah

= tahun Masehi

QS. = qur'an surat

ra. = radia Allah anhu

Saw= jalla Allah 'alaih wa sallam

Swt.= subhana Allah wa ta'ala

t.th = tanpa tahun

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	25
C. Tujuan Penelitian	25
D. Manfaat Penelitian	25
E. Kebaruan Penelitian (Novelty).....	26
F. Ruang Lingkup dan Batasaan Masalah	26
BAB II LANDASAN TEORITIS	27
A. Pariwisata	27
1. Pengertian Wisata Dalam Al-Qur'an	30
2. Pariwisata Dalam Islam	33
3. Jenis – Jenis Pariwisata	35
4. Sumber Daya Wisata.....	38
5. Wisatawan	39
B. Wisata Halal	40
1. Pengertian Wisata Halal dalam Al-Qur'an dan Sunah.....	43
2. Konsep Wisata Halal.....	45
3. Karakteristik Wisata Halal	46
4. Regulasi Berkaitan dengan Wisata Halal.....	49
C. Potensi Wisata Halal	56
1. Potensi Wisata Halal di Dunia	57
2. Potensi Wisata Halal Indonesia.....	59
D. Kendala dan Tantangan Wisata Halal	63
E. Pengembangan Wisata Halal.....	65
F. Wisata Halal <i>Sustainable</i>	67
G. Teknologi dan Muslim Traveller Millenial.....	71
H. Sinergitas <i>Stakeholders</i>	76
I. Pelaku Pariwisata (Steakholders).....	78
1. Pemerintah	79
2. Pelaku Bisnis.....	81
3. MUI dan Dewan Syariah Nasional	82
J. Penelitian Terdahulu	84

	K. Kerangka Pemikiran.....	93
BAB III	METODE PENELITIAN	101
	A. Jenis Penelitian.....	101
	B. Subjek Penelitian.....	101
	C. Objek Penelitian.....	101
	D. Informan Penelitian.....	101
	E. Waktu dan Lokasi Penelitian	103
	F. Sumber Data.....	103
	G. Identifikasi dan Aspek-Aspek Wisata Halal Sustainable.....	104
	1. Regulasi.....	104
	2. Destinasi Wisata Halal	106
	3. Masyarakat	107
	H. Teknik Pengumpulan Data.....	108
	I. Uji Analisis Data	109
	1. Analisis SWOT	109
	2. Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal	111
	3. <i>Analytic Network Process (ANP)</i>	111
	4. Landasan ANP	113
	5. Prinsip Dasar ANP	114
	6. Tahapan ANP	115
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	120
	A. Deskripsi Informan.....	120
	B. Profil Daerah Destinasi Wisata Halal	122
	1. Nusa Tenggara Barat.....	123
	2. Bali	125
	3. Aceh	128
	4. Sumatera Utara.....	129
	C. Analisis SWOT	132
	1. Hasil Analisis Aspek Internal	135
	2. Hasil Analisis Aspek Eksternal	137
	D. Dekomposisi Model Sebelum Diuji.....	139
	E. Kontruksi Model	140
	F. Aspek Dominan Model Wisata Halal <i>Sustainable</i>	141
	1. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustaibnable Berdasarkan Daerah.....	141
	2. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustaibnable Berdasarkan Kategori.....	148
	G. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable	158
	1. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Daerah	158
	2. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Kategori.....	172
	H. Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia	188
	1. Regulasi.....	192
	2. Regulasi Pusat	193
	3. Sertifikasi Halal (Regulasi Pusat dan Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Suistanable	195

4.	SDM (Destinasi dalam Model Wisata Halal Suistanable)...	197
5.	Aspek Alam dan Budaya (Daya Tarik Destinasi Wisata)...	198
6.	Sikap SDM (Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Suistanable).....	199
7.	Kuliner, (Amenitas ,Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata Dalam Model Wisata Halal Suistanable).....	201
8.	Infrastruktur, Aksesibilitas Suatu Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata.....	202
9.	Media Sosial dan Internet,(Teknologi Suatu Destinasi Wisata)	205
10.	Tokoh Masyarakat (Masyarakat Dalam Model Wisata Halal Suistanable).....	210
11.	Sadar Wisata (Masyarakat Lokal Dalam Model Wisata Halal Suistanable).....	211
12.	Edukasi, Tokoh Masyarakat Dalam Model Wisata Halal Suistanable	212
13.	Informasi, (Media Dalam Model Wisata Halal Suistanable)	214
BAB V	Kesimpulan dan Saran	219
A.	Kesimpulan	219
B.	Saran.....	223
DAFTAR PUSTAKA		225
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
1.1	Muslim Visitor Arrivals Analysis 2018	12
1.2	TOP Organisasi Konfrensi Islam (Organization Islam Conference) Kunjungan ke Indonesia Versi Standar GMTI.....	14
1.3	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2014-2015.....	15
1.4	Negara yang Paling Banyak Berkunjung Ke Indonesia	15
2.1	Perbedaan Antara Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Halal	44
2.2	Besar Negara Tujuan Wisatawan Muslim.....	58
2.3	Penelitian Terdahulu	85
3.1	Kriteria Informan Ahli	102
3.2	Matriks Faktor Internal.....	111
3.3	Matriks Faktor Eksternal	111
3.4	Deskripsi Skala Penilaian dan Skala Numerik	117
4.1	Daftar Informan Seluruh Daerah di Indonesia (Aceh, Sumut, Bali, NTB)	120
4.2	Daftar Informan berdasarkan Kategori di Indonesia(Aceh, Sumatera Utara, Bali, NTB)	121
4.3	Persentase Agama yang Dianut di Provinsi Nusa Tenggara Barat 2016 .	124
4.4	Jumlah Penduduk Aceh Berdasarkan Agama Tahun 2015	129
4.5	Agama di Sumatera Utara	130
4.6	Analisis SWOT	132
4.7	Analisis Aspek Internal/Kekuatan Wisata Syariah di Indonesia.....	135
4.8	Analisis Aspek Internal/Kelemahan Wisata Syariah di Indonesia.....	136
4.9	Analisis Aspek External/Peluang Wisata Syariah di Indonesia	137
4.10	Analisis Apek Eksternal/Ancaman Wisata Syariah di Indonesia.....	138

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
3.1	Tahapan pada Metode ANP	116
4.1	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat	141
4.2	Prioritas Faktor Regulasi dalam Model Wisata Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat	142
4.3	Prioritas Faktor Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat	142
4.4	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh	143
4.5	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh	144
4.6	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh	144
4.7	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali	145
4.8	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali	146
4.9	Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali	146
4.10	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan daerah Sumatera Utara	147
4.11	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara	148
4.12	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi	148
4.13	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi	149
4.14	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan kelompok Praktis	150
4.15	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat	151
4.16	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat	151
4.17	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat	152
4.18	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal	153
4.19	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal	153
4.20	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator	154
4.21	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator	155
4.22	Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator	156
4.23	Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi	156

4.24	Prioritaas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi.....	157
4.25	Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi.....	158
4.26	Prioritas Model Wisata Halal	159
4.27	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal	160
4.28	Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Mode Wisata Halal.....	161
4.29	Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal.....	162
4.30	Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	163
4.31	Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wissata dalam Model Wisata Halal	164
4.32	Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata Dalam Model Wisata Halal.....	164
4.33	Prioritas Aspek Amenitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	165
4.34	Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	166
4.35	Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	167
4.36	Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal	168
4.37	Prioritas Aspek Masyarakat Lokal dalam Model Wisata Halal	169
4.38	Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal	170
4.39	Prioritas Aspek Media dalam Model Wisata Halal	171
4.40	Prioritas Model Wisata Halal	172
4.41	Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal	173
4.42	Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal	174
4.43	Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal.....	175
4.44	Prioritas Aspek Destinasi Wisata Halal dalam Model Wisata Halal	176
4.45	Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	178
4.46	Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata Dalam Model Wisata Halal	179
4.47	Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	180
4.48	Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	181
4.49	Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal	182
4.50	Priorita Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal	183
4.51	Prioritas Aspek Masyarakat Lokal dalam Model Wisata Halal	184
4.52	Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal	185
4.53	Prioritas Aspek Media dalam Model Wisata Halal Model Wisata	

	Halal Sustainable di Indonesia	186
4.54	Model Wisata Halal Sustainable Di Indonesia.....	218

PERSETUJUAN

Disertasi berjudul : ” *Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia*” atas nama Tetty Yuliaty , NIM.94315050610 Program Studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor) Program Doktor (S3), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada hari Sabtu tanggal 14 Maret 2020

Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

Medan 14 Maret 2020.
Panitia Sidang Ujian Akhir Disertasi
Pascasarjana UIN Sumatera Utara Medan

Ketua

Sekretaris

Anggota

Prof. Dr.H.M.Yasir Nasution, MA
NIP.19500518 197703 1 001

H.Hendri Tanjung, MM; M.Ag; MPhil; Ph.D
NIDN.0430057101

Dr. Andri Soemitra MA
NIP.19760507 200604 1 002

Prof. Dr. Ramli, MSc
NIP.19580602 198803 1 001

Dr. Saparuddin Siregar SE. Ak, SAS, M.Ag, MA, CA.
NIP.19630718 200112 2 002

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Andre Soemitra. MA
NIP NIP.19760507 200604 1 002

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan akan produk dan layanan serta fasilitas halal semakin menjadi gaya hidup yang digemari. Beragam produk halal yang dulu sukar didapatkan kini mulai mudah didapatkan. Umat islam di Indonesia kian sadar akan pentingnya kehalalan produk dan fasilitas yang mereka gunakan dan manfaatkan. Di dunia bisnis pun, produk dan fasilitas halal kini tumbuh menjadi komoditas yang menggiurkan dan memikat. Tidak heran jika pasar halal menjadi incaran dunia internasional¹. Menurut Tazbir Abdullah, Sekretaris Tim Percepatan Pengembangan Wisata Halal Indonesia menyatakan, “Secara universal saat ini halal telah menjadi bisnis yang meraksasa, yang melayani lebih dari 1,8 miliar penduduk Muslim dunia.² Tren halal semakin berkembang di tanah air³, Gaya hidup 'halal' merambah ke dalam setiap sendi kehidupan sehari-hari. Itu tak lepas dari semakin dalamnya nilai-nilai Islam masuk ke dalam praktik bisnis beragam rupa. Bukan hanya dalam skop negara namun dunia, tren halal kini telah menjadi tren yang mendunia sekaligus gaya hidup masyarakat (*halal lifestyle*)⁴.

Peningkatan jumlah penduduk muslim dunia yang terus berkembang dengan pesat adalah salah satu yang mengubah tren gaya hidup halal di dunia , Dari data Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life, 2014 memperkirakan populasi muslim dunia meningkat dari 1,7 miliar jiwa pada 2014 menjadi 2,2 miliar jiwa pada 2030, atau tumbuh 26,4 persen⁵.

Sementara, usia rata-rata umat muslim akan sekitar 30 tahun pada 2030, dan di tahun itu diprediksi 29 persen kaum muda dunia berusia 15-29 tahun adalah muslim. Data dari The Future of World Religions and PEW Research Center (2017) memperkirakan Islam mengalami peningkatan jumlah

¹ Liputan6.com Jakarta (11 Juni 2017) Smesco Halal Lifestyle Trend 2017, Ajang Edukasi Gaya Hidup Halal, Nofie Tessar

² Tazbir Abdullah dalam Lifestyle, Liputan6.com Jakarta (11 Juni 2017) Smesco Halal Lifestyle Trend 2017, Ajang Edukasi Gaya Hidup Halal, Nofie Tessar

³ Ganendra dalam kompasiana .com (Agustus 2019) Yuk, Mengenal Esensi Halal di Ajang Terbesar Muslim LifeFest 2019

⁴ ibid

⁵ Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life, 2014

penganutnya pada tahun 2050 menjadi sekitar 2,7 milyar⁶.

Faktor lain yang mempengaruhinya adalah pengetahuan masyarakat dunia yang semakin meningkat baik muslim maupun non muslim tentang keterjaminan dan keberkahan yang terkandung dalam konsep halal, serta banyaknya manfaat yang ditimbulkan .

Hal ini dapat dilihat dari perusahaan riset pasar global, Euromonitor International, mengungkapkan bahwa banyak perusahaan langsung memanfaatkan konsumen produk-produk halal⁷. Selanjutnya Analis Senior Euromonitor, Emil Fazira mengatakan, bahwa secara global populasi Muslim telah tumbuh 18 persen selama 10 tahun terakhir dibandingkan dengan pertumbuhan global sebesar 11 persen. "Ini memperkuat permintaan akan produk makanan, minuman, kecantikan dan fashion halal," kata Fazira⁸. Dia mengatakan, bahwa kaum muda dewasa, sebagai pengguna utama media sosial dan internet, memiliki lebih banyak akses terhadap tren terkini, termasuk makanan dan pengalaman layanan, produk fashion dan kosmetik Di Asia, negara-negara mayoritas non-Muslim, seperti Singapura dan Filipina, adalah pasar utama untuk makanan dan minuman kemasan halal. Masing-masing bernilai sebesar 1,4 miliar dolar AS dan 7,5 miliar dolar AS, sebagian karena integrasi dan penerimaan produk halal di masyarakat umum⁹. Indonesia diperkirakan akan menunjukkan kenaikan penjualan terbesar dalam dolar AS selama lima tahun ke depan. Karena ukuran pasar yang signifikan dan perkiraan pertumbuhan positif.

Sementara itu Kepala Eksekutif Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai (DIEDC) Abdulla Mohammed Al Awar mengatakan makanan halal mampu menarik konsumen non-Muslim yang selama ini khawatir tentang keamanan makanan¹⁰. Kesadaran adalah kunci bagi Muslim dan non-Muslim.

Jadi bukan hanya masyarakat muslim yang mengikuti tren gaya hidup halal, masyarakat non-muslim pun ikut menerapkan gaya hidup ini karena

⁶ Anik Nuryani, Tren Wisata Halal, (<https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/09/20/tren-wisata-halal/>) pada tanggal 20 September 2018, pukul 10.22

⁷ Kiki Sakinah/ Red: Esthi Maharani Riset Ungkapkan Permintaan Produk Halal Meningkat, Republika.co.id (Jan 2018)

⁸ Fazir ,Riset Ungkapkan Permintaan Produk Halal Meningkat, Republika.co.id (Jan 2018)

⁹ ibid

¹⁰ Abdulla Mohammed Al Awar Kepala Eksekutif Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai (DIEDC) Makanan Halal Kini Jadi Kebutuhan Non-Muslim Pula 2017 Qommarria Rostanti dan Indira Rezkisari

dinilai memiliki banyak manfaat positif daripada produk dan pangan non halal. Dengan demikian pasar muslim pun semakin berkembang.

Thomson Reuters State of the Global Islamic Economy Report 2014/2015 menyatakan ada delapan hal yang menjadi motor pertumbuhan pasar muslim global¹¹, yakni:

1. Demografi pasar muslim yang berusia muda dan berjumlah besar
Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life memperkirakan populasi muslim dunia meningkat dari 1,7 miliar jiwa pada 2014 menjadi 2,2 miliar jiwa pada 2030, atau tumbuh 26,4 persen. Populasi muslim pun meningkat dua kali lipat dari non muslim, dengan rata-rata pertumbuhan per tahun 1,5 persen dibanding 0,7 persen. Sementara, usia rata-rata umat muslim akan sekitar 30 tahun pada 2030, dan di tahun itu diprediksi 29 persen kaum muda dunia berusia 15-29 tahun adalah muslim. Ada beberapa dampak menghadapi banyaknya kaum muda muslim ini. Tantangannya adalah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, pelatihan dan pendidikan, sedangkan di sisi lainnya adalah memberikan peluang pasar konsumen muda dan wirausaha.
2. Pesatnya pertumbuhan ekonomi negara mayoritas muslim
57 negara anggota yang tergabung di Organisasi Konferensi Islam (OKI) memiliki produk domestik bruto sebesar 6,7 triliun pada 2013. Pertumbuhan ekonomi negara-negara anggota OKI juga melampaui perekonomian global. Menurut Dana Moneter Internasional, pada 2015-2019 pasar OKI diperkirakan tumbuh 5,4 persen, dibanding pertumbuhan perekonomian dunia lainnya yang sebesar 3,6 persen.
3. Nilai Islam mendorong tumbuhnya bisnis dan gaya hidup Islami
Bagi umat muslim, Islam adalah merupakan 'way of life' dan seluruh nilai yang melekat dalam Islam pun menyentuh seluruh aspek umat muslim, termasuk di dalamnya perilaku konsumsi. Konsumsi umat muslim ini tentu harus berkaitan dengan nilai Islam, diantaranya adalah makanan halal, lingkungan ramah keluarga, akomodasi sesuai syariah, busana muslim, pendidikan, dan keuangan syariah.
4. Pertumbuhan transaksi perdagangan antara negara-negara OKI

¹¹ Laporan & Indikator Ekonomi Islam Global 2014/2015. Halal Focus

Meningkatnya transaksi perdagangan, investasi dan keuangan antara negara-negara OKI dimotori oleh Islamic Development Bank dengan dana kelolaan mencapai 20 miliar dolar AS. Namun, sejumlah kesepakatan dagang juga terus dikembangkan di antara 57 negara anggota OKI. Transaksi antar anggota OKI pun diperkirakan tumbuh 20 persen pada 2015.

5. Partisipasi perusahaan multinasional

Interkoneksi antar perusahaan seluruh dunia membuat perusahaan global seperti Deutsche Bank, HSBC, Citi, Mastercard, Nestle dan Carrefour masuk ke pasar muslim. Keterlibatan perusahaan multinasional tersebut memberikan dorongan dan kredibilitas pula pada sektor ekonomi syariah.

6. Perekonomian Negara Berkembang Mulai Tumbuh

Perubahan politik di Asia, kemampuan memperluas cakupan investasi, akses komunikasi yang mudah dan murah telah memberikan peningkatan investasi langsung ke kawasan ini. Menurut Global Intelligence Alliance, sebanyak 10 dari 30 emerging market global adalah negara-negara mayoritas muslim, termasuk diantaranya Indonesia, Turki, Malaysia, Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Mesir, Bangladesh, Pakistan, Nigeria, dan India.

7. Kebutuhan akan Bisnis Keuangan Beretika

Krisis keuangan global telah membuat kebutuhan akan bisnis keuangan yang beretika mulai meningkat. Tren ini pun turut mempengaruhi perkembangan sektor ekonomi syariah.

8. Teknologi dan Keterhubungan

Koneksi internet telah menghubungkan masyarakat seluruh dunia. Penggunaan media sosial dan layanan mobile telah menjadi pendorong besar permintaan akan makanan halal, keuangan syariah dan layanan jasa terkait gaya hidup Islami. Konsumen muslim menjadi salah satu bagian besar dari revolusi digital. Kaum muslim pengguna telepon seluler mencapai 1,3 miliar jiwa, dan 21 persen diantaranya adalah kaum muslim di Arab Saudi dan Indonesia, yang juga merupakan pengguna media sosial tertinggi di dunia.

Perkembangan ekonomi Islam global sangat menguntungkan Indonesia yang mayoritas penduduknya Muslim. Dimana Indonesia sendiri termasuk negara yang terkenal produktif dalam menciptakan trend dengan produk-produk yang

berkonsep halal seperti kosmetik muslim, busana muslim, spa dan lainnya, di dunia. Omzet penjualannya rata-rata sangat spektakuler, hingga mempengaruhi produk-produk sejenis yang semula tidak berkonsep halal. Dan kini semakin rame mengeluarkan produknya yang berkonsep halal di dunia. Produk halal Indonesiapun menjadi trend halal dunia dengan produk kreatif dan inovatifnya yang berkonsep halal. Fenomena di atas inilah yang mampu membuat Indonesia menjadi sebuah negara yang menarik untuk dikunjungi selain keindahan alam dan keragaman budaya dan lainnya.

Berkembangnya halal lifestyle atau gaya hidup halal di dunia ini membuka peluang besar bagi perkembangan industri terkait. termasuk industri pariwisata, yang kini dikenal wisata halal.. Menurut UU no. 10 tahun 2009;Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.¹².Sebagai industri yang berkembang begitu pesat saat ini, pariwisata merupakan industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cenderamata. Karena kegiatan pariwisata dan obyek wisata di suatu daerah akan menyebabkan terciptanya lapangan kerja baru, sehingga masyarakat dapat memanfaatkannya. Itulah sebabnya industri pariwisata mempunyai peranan penting dalam upaya pembangunan dan pengembangan suatu negara atau daerah dan secara ekonomis industri pariwisata memberikan manfaat bagi suatu negara atau daerah tersebut.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara¹³. Selanjutnya dikatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, **rohani**,

¹² UU no. 10 tahun 2009;

¹³ UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata¹⁴. Dari penjelasan UU ini jelas bahwa kegiatan wisata tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani namun juga untuk memenuhi kebutuhan rohani, sehingga fasilitas untuk memenuhi kebutuhan rohani para wisatawan perlu disediakan, dari sinilah bisa difahami mengapa wisata halal akhirnya perlu diperkenalkan dan diterapkan dalam kegiatan wisata.

Rihlah atau traveling sendiri dalam kacamata Islam sangat dianjurkan dan merupakan bagian penting dari proses pembelajaran. Perintah untuk melakukannya secara tegas ercantum dalam Al-Qur'an. Bahkan, tidak sedikit ayat dalam Al-Qur'an yang menginspirasi para pendahulu kita untuk melakukan perjalanan jauh. Banyak dalil Al-Quran maupun Sunnah Nabi yang berkaitan dengan pariwisata:

Allah SWT Berfirman:

الْمُكَذِّبِينَ عَاقِبَةُ كَانَ كَيْفَ انْظُرُوا ثُمَّ الْأَرْضِ فِي سِيرُوا قُلْ

Artinya: *"Katakanlah: berjalanlah dimuka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mesdutkan itu".* (QS Al-An'am: 11)

Begitu pentingnya melakukan perjalanan di muka bumi ini (melancong) dengan tujuan untuk mencari pelajaran dan hikmah, Allah SWT. Mengulangi ayat yang nyaris sama di surah berbeda¹⁵.

مِنَ الْمُجْرِ عَاقِبَةُ كَانَ كَيْفَ فَانْظُرُوا الْأَرْضِ فِي سِيرُوا قُلْ

Artinya: *"Katakanlah: „Berjalanlah kamu (di muka) Bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang berdosa".* (QS An-Naml:69)

Pada ayat pertama, Allah SWT menganjurkan manusia agar melakukan perjalanan di muka bumi ini guna menemukan jawaban dan bukti bahwa orang-orang yang mendustakan kebenaran Tuhan ditimpa azab yang pedih. Pada ayat berikutnya, Allah menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan guna

¹⁴ UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

¹⁵ Hery Sucipto dan F Andayani, Wisata Syariah (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014),49

menemukan jawaban dan bukti bahwa hidup orang-orang yang berdosa berakhir dengan malang. Intinya, melancong atau berwisata memiliki tujuan spiritual, yakni untuk meningkatkan keimanan kepada Tuhan dan mengakui kebesarannya¹⁶ Dalam kitab Mahasinu At-Ta'wil, Al-Qasimi rahimullah berkata; “Mereka berjalan dan pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasehat, pelajaran, dan manfaat lainnya”.¹⁷

Dalil lain yang membicarakan tentang wisata adalah sebuah riwayat panjang yang menceritakan dialog dan komentar Rasulullah Saw. Tentang kota Al-Hijr. Pada waktu itu, Rasulullah melewati Al-Hijr, tempat tinggal Bangsa Tsamud, kemudian beliau bersabda: *“Janganlah kalian memasuki tempat tinggal orang-orang yang telah menzalimi dirinya, khawatir kalian tertimpa seperti yang menimpa mereka, kecuali kalian dalam keadaan menangis. Lalu beliau menudukkan kepala dan berjalan cepat sampai melewati sungai.”* (HR Bukhari, no.3200 dan Muslim, no.2980).¹⁸

Al Qur'an (QS Al-Ankabut 20) :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ
إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S Al-Ankabut: 20).

Selanjutnya di dalam QS. Al-Hajj 22:46 dijelaskan :

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونَ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا ۚ فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ

“Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi, lalu mereka mempunyai hati yang dengan itu mereka dapat memahami atau mempunyai telinga yang dengan

¹⁶ Ibid h 49

¹⁷ Ibid h 50

¹⁸ Hery Sucipto dan F Andayani, Wisata Syariah (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014),53.

itu mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta, ialah hati yang di dalam dada.” (Q.S Al-Hajj: 46).

Selanjutnya di dalam QS. Al-Mulk :15 dijelaskan :

لُؤَا مِِنْ رِزْقِهِ ۖ وَإِلَيْهِ هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا الشُّؤْرَ

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeqi-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk :15)

Selanjutnya di dalam QS. Al-Juma’ah : 10 dijelaskan :

م فَضَّلِ اللَّهَ وَذَكِّرُوا ۖ قُضِيَ لَصَلَاةٍ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا فَاِذَا كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Setelah didirikan shalat (Jum’at) maka bertebaranlah kamu di muka Bumi dan carilah sebagian dari karunia Allah. Dan perbanyaklah berdzikir kepada Allah agar kamu beruntung. “ (QS. Al-Juma’ah :10)

Ayat-ayat di atas menjadi bukti bahwa Allah memerintahkan umatnya untuk menjelajahi Bumi dan mendorong kita untuk berusaha semaksimal mungkin dalam bekerja, sebab Allah tidak akan membatasi kita dalam mencari penghasilan. Traveling tidak hanya terbatas pada pengertian sempit seperti tamasya atau kunjungan kerja, namun juga meliputi segala gerak atau langkah kita dari satu tempat ke tempat lain yang dibarengi dengan niat ibadah. Pada masa awal penyebaran Islam, rihlah merupakan salah satu anasir yang menyebabkan Islam tersebar luas. Seperti makam Saad bin Abi Waqqas yang terdapat di Cina, merupakan salah satu contoh giatnya para sahabat bepergian untuk menyebarkan Islam. Selain itu, dalam pembuatan kitab “Sahih Bukhari” Imam Bukhari kerap kali melakukan perjalanan yang sangat jauh hanya untuk memverifikasi satu hadist pendek. Padahal dalam kitab tersebut memuat ribuan hadist. Sehingga tidak terbayangkan berapa orang yang telah ia jumpai dan seberapa jauh perjalanan yang ia lakukan. Karena sebab itulah yang akhirnya membuat Imam Khatib Al Baghdadi, menyusun kitab yang khusus membahas perjalanan hadist-hadist

tersebut, yang dikenal dengan Al Rihlah Fii Thalabi Hadist atau perjalanan mencari hadist. Bahkan, jauh sebelum itu semua Rasulullah juga telah melakukan berbagai perjalanan jauh untuk berdagang. Hal-hal inilah yang menjadi bukti bahwa seorang Muslim sudah seharusnya memiliki wawasan global. Imam Syafi'i juga menyatakan (dalam Duski Samad) yang berjudul *Halal Tourism Destination*¹⁹, bahwa berwisata memiliki lima manfaat, untuk rekreasi dan refreshing, ekonomi sebagai sumber kehidupan, pengembangan ilmu pengetahuan, pembentukan budaya dan mendapatkan mitra yang baik. Itulah sebabnya wisata halal kini menjadi semakin diminati, selain karena banyak manfaatnya, yakni selain bersenang-senang menikmati liburan para wisatawan juga bisa beribadah dengan mudah, sehingga setiap wisatawan bisa merasa aman dan nyaman dalam melakukan perjalanan wisata.

President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menjelaskan bahwa, “wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita²⁰. Indonesia mengenal pariwisata halal sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Wisata halal atau *halal tourism* adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan, baik untuk wisatawan muslim maupun non-muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan syariah. Di Indonesia wisata halal diperkenalkan sejak tahun 2012.

Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah²¹. Tujuan pariwisata halal adalah meningkatkan kunjungan wisatawan dalam

¹⁹ Duski Samad, “*Halal Tourism Destination*”, diakses dari (<https://www.google.co.id/halal-tourism-destination>), pada tanggal 25 Agustus 2015, pukul 10.40.

²⁰ Wuryasti, F, Wisata halal, konsep baru kegiatan wisata di Indonesia, Retrieved from 2013.

²¹ Munirah, L., & Ismail, H. N, Muslim Tourists' Typologi in Malaysia : Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, 2012.

maupun luar negeri untuk mengunjungi berbagai destinasi maupun atraksi pariwisata yang memiliki nilai-nilai Islami, yang tersebar di seluruh Indonesia. Tujuan lainnya adalah untuk mendorong tumbuh kembang bisnis syariah dalam industri pariwisata.

Wisata halal memiliki banyak pengertian yaitu sebagai berikut :

1. Undang-Undang tentang Kepariwisata (UU.No.10/2009) pariwisata halal dapat didefinisikan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.
2. Kemenpar mengatakan, Wisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.²²
3. Sucipto & Fitria Andayani mengatakan, wisata halal adalah upaya perjalanan atau rekreasi untuk mencari kebahagiaan yang tidak bertentangan dan menyalahi prinsip-prinsip ajaran Islam, serta sejak awal diniatkan untuk mengagumi kebesaran ciptaan Allah.²³
4. Sofyan, wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai Islam.²⁴

Halal tourism adalah produk baru dalam industri pariwisata yang diluncurkan oleh Global Halal Forum tentang konsep halal pada 30 hingga 2 November 2013²⁵. Ide ini diusung mengingat Indonesia merupakan negara dengan jumlah pemeluk agama Islam terbesar didunia. Hal tersebut diketahui berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan *Pew Research Center* yaitu lembaga riset yang berkedudukan Washington DC Amerika Serikat, yang bergerak pada penelitian demografi, analisis media dan penelitian ilmu sosial. Pada tanggal 18 Desember 2012, Pew Research Center mempublikasikan risetnya yang berjudul “The Global Religious Landscape” mengenai penyebaran agama diseluruh dunia

²²Kemenpar, “Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata halalDunia”, diakses dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?>, pada tanggal 07 Agustus 2016, pukul 14.20.

²³Sucipto, Hery & Andayani, Fitria, “Wisata halal: Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya”, Jakarta : Grafindo Books Media dan Wisata halal Consulting, 2014.

²⁴Sofyan, “Prospek Bisnis Pariwisata Syariah”, Cetakan 1, Jakarta : Republika, 2012.

²⁵ Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 & Global Halal Forum

dengan cakupan lebih dari 230 negara.²⁶

Perkembangan konsep wisata halal yang dulu dikenal sebagai jenis wisata jiarah dan religi (*pilgrims tourism/spiritual tourism*), pada pelaksanaa konferensi di Cordoba, Spanyol oleh *World Tourism organization* (UNWTO) pada tahun 1967 dengan judul “*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*” (UNWTO,(2011)²⁷. Tidak sama dengan konsep wisata halal yang lebih luas dari wisata religi, dimana kalau wisata religi didefinisikan sebagai wisata dalam kerangka kepentingan ibadah/agama, misalnya haji dan umroh ke tanah haram, atau sebagian umat Islam berziarah ke makam-makam para wali/aulia/tokoh agama. Sementara wisata halal mengandung konsep yang lebih luas, yaitu pariwisata yang keseluruhan aspeknya tidak bertentangan dengan syariah.

Wisata halal sebagai tren baru yang semakin berkembang dalam dunia pariwisata memiliki beberapa terminologi di beberapa negara di dunia, seperti *Islamic Tourism, Halal endly Tourism Destination, Halal Travel, Muslim-Friendly Travel Destinations, halal lifestyle*, dan lain-lain.

Adapun kriteria umum pariwisata syariah ialah; pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, bebas dari maksiat. Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.²⁸

Wisata halal bukan hanya diminati para wisatawan yang berasal dari Asia atau Arab saja, namun dari berbagai belahan dunia termasuk eropah, ini dapat dilihat pada tabel perkembangan jumlah kunjungan wisatawan tahun 2018²⁹ di bawah ini:

²⁶ [kompasiana.com/.2012 shintafub/tren-konsep-halal-potensi-dan-prospek-e-tourisme-halal-di-indonesia](http://kompasiana.com/.2012%20shintafub/tren-konsep-halal-potensi-dan-prospek-e-tourisme-halal-di-indonesia)

²⁷ UNWTO (2011), *Religious Tourism in Asia and The Pacific*. Madrid : World Tourism Organization.

²⁸ Aan J, *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*, Jurnal (Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon)

²⁹ Global Muslim Travel Index (GMTI)2018

Tabel 1.1
Muslim Visitor Arrivals Analysis 2018

Region	No of Visitors	Visitor %
Asia	52,8	27
Europe	36,1	18
Africa	39	20
America	29	15
Oceania	39,6	20
Total	196,5	100

Sumber : Global Muslim Travel Index (GMTI)2018
(Analisa Kunjungan wisatawan Muslim 2018)

Ada 10 destinasi yang paling banyak diminati oleh muslim milenial adalah Malaysia, Indonesia, Jepang, Thailand, Australia, Singapura, Uni Emirat Arab, Inggris, Amerika Serikat, dan India³⁰. Sementara itu Bank Indonesia (BI) menilai besarnya potensi jumlah wisatawan muslim global yang berkunjung ke Indonesia membuat wisata halal menjadi mesin pendorong industri halal Indonesia. Tercatat tahun 2018, terdapat 140 juta wisatawan muslim yang melakukan perjalanan wisata, termasuk berkunjung ke Indonesia dengan belanja online sebesar US\$35 miliar. Tahun 2020 diproyeksikan mencapai 158 juta orang³¹.

Memang potensi-potensi keuangan wisatawan muslim juga tidak kalah dengan wisatawan dari negara non muslim. Wisatawan-wisatawan dari negara muslim jumlahnya cukup besar dan. Masyarakat Arab Saudi, misalnya, pada tahun 2015 menghabiskan tidak kurang dari Rp 400 triliun untuk belanja wisata ke luar negeri. Kunjungan wisatawan Muslim ke Indonesia mencapai 1.270.437 orang per tahun yang berasal dari Arab Saudi, Bahrain, Malaysia, Brunei, dan Singapura. Selanjutnya dikutip dari laporan yang dimuat dalam *State of the Global Islamic Economic* Indonesia merupakan Negara yang memiliki populasi umat Islam terbesar didunia dan telah menghabiskan anggaran agregat sebesar US\$218.8 milyar disektor ekonomi Islam pada tahun 2017, dengan 215 juta penduduk Muslim yang mewakili 13 persen Populasi Muslim Global.³² Laporan

³⁰ Amanda Kusumawardhani - Bisnis.com.2019

³¹ Bank Indonesia dalam Bisnis Wisata .co.id (Nov 16, 2019) : Wisata Halal, Mesin Pendorong Industri Halal Indonesia, Endy Poerwanto

³² State of Global Islamic Economic 2018, <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>

terbaru dari Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017) memperkirakan total pengeluaran wisatawan muslim millennial mencapai lebih dari US\$100 miliar pada 2025. Secara keseluruhan segmen wisata Muslim diperkirakan akan mencapai 300 miliar dolar AS pada 2026. Dan diiprediksi pasar wisata halal dunia akan tumbuh menjadi US\$180 miliar pada 2020 dari posisi saat ini sebesar US\$116 miliar³³.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa peminat wisata halal memang mengalami peningkatan yang cukup signifikan di berbagai kalangan usia, baik di Indonesia maupun di dunia. Termasuk generasi milleneal yang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap wisata halal. Generasi milleneal merupakan segmen pasar yang cukup mumpuni bagi perkembangan wisata halal. Pengaruh teknologi dan keinginan merasakan pengalaman baru mendorong mereka untuk bepergian dibanding sekadar memiliki barang.. CEO Crescent Rating & Halal Trip Fazal Bahardeen mengatakan, tidak ada keraguan bahwa semua pihak di sektor pariwisata harus lebih memerhatikan pasar wisatawan Muslim milenial. Sebab, segmen inilah yang akan banyak mengeluarkan uang untuk wisata termasuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel.³⁴ Pertumbuhan pasar Muslim muda yang semakin makmur menunjukkan potensi sangat besar bagi penyedia produk dan layanan ramah Muslim di level internasional. Wisata bagi generasi Muslim muda berkembang pesat seiring pendapatan yang lebih besar.

Tidak ada keraguan bahwa semua pihak di sektor pariwisata harus lebih memerhatikan pasar wisatawan muslim millennial. Ini yang dapat mendorong pengeluaran untuk tiket pesawat, hotel dan wisata menurut Fazal Bahardeen³⁵, CEO CrescentRating, pasar wisatawan muslim mengalami perkembangan pesat sebagai sebuah segmen yang sangat menguntungkan bagi pariwisata kontemporer. Saat ini, pasar wisatawan muslim akan memasuki fase puncak dari pendapatan, pengeluaran dan perjalanan dalam 5 - 10 tahun ke depan. Menurut Global Islamic Economy Report, pada akhir 2023, industri makanan halal akan bernilai US\$1,8 triliun, industri pariwisata halal akan bernilai US\$274 miliar, dan industri mode halal akan bernilai US\$361 miliar.

³³ Laporan i Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017)

³⁴ Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, dalam republika.co.id. 2017

³⁵ Ibid

Potensi pengembangan industri pariwisata halal sangat besar, hal ini dapat dilihat dari perkembangan kontribusi masyarakat muslim pada pasar pariwisata di beberapa negara yang secara kuantitatif sedikit umat muslimnya dan dari obyek wisata yang dikunjungi juga tidak bernuansa muslim.³⁶

Menurut data Global Muslim Travel Index (GMTI), Indonesia merupakan salah satu negara anggota OKI (Organisasi Konferensi Islam) yang masuk sepuluh besar daerah tujuan wisata muslim dunia.³⁷ Posisi Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim mendapati kedudukan yang cukup baik dan strategis dalam pemeringkatan Organisasi Konferensi Islam yang dimuat dalam laporan *Mastercard Global Muslim Travel Index* dalam beberapa tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1.4
TOP Organisasi Konferensi Islam (Organization Islam Conference)
Kunjungan ke Indonesia Versi Standar GMTI

Top OIC Destination "Indonesia" Versi GMTI		
Tahun	GMTI Ranking	Skor
2015	6	67,5
2016	4	70,6
2017	3	72,6
2018	2	72,8
2019	1	78

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Indonesia mendapatkan ranking yang terus menerus meningkat dari tahun 2015 sampai dengan 2019. Sementara itu jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada lima tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia

No.	Bulan	2014	2015	2016	2017	2018
1	Januari	753.079	785.973	814.303	1.107.968	1.097.839
2	Februari	702.666	843.928	888.309	1.023.388	1.197.503
3	Maret	765.607	841.071	915.019	1.059.777	1.363.426

³⁶Kessler, Kristel, "Conceptualizing Mosque Tourism: A Central Feature of Islamic and Religious Tourism", *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol. 3, Issue 2, 2015.

³⁷Global Muslim Travel Index (GMTI), 2015.

4	April	726.332	801.071	915.095	1.171.386	1.302.321
5	Mei	752.363	852.338	915.206	1.148.588	1.242.705
6	Juni	851.475	872.385	857.651	1.144.001	1.322.674
7	Juli	777.210	877.584	1.032.741	1.370.591	1.540.000
8	Agustus	826.821	911.704	1.031.986	1.393.243	1.511.021
9	September	791.296	920.128	1.006.653	1.250.231	1.370.943
10	Oktober	808.767	877.798	1.040.651	1.161.565	1.291.605
11	November	764.461	835.408	1.002.333	1.062.030	1.157.483
12	Desember	915.334	986.519	1.113.328	1.147.031	1.405.554
Jumlah		9.435.411	10.405.907	11.519.275	14.039.799	15.810.305

Tahun 2014-2018

Sumber : Kemenpar 2019

Dari tabel di atas terlihat bahwa jumlah wisatawan mancanegara naik secara signifikan setiap tahunnya. Sementara itu pada tabel di bawah ini negara yang Paling Banyak Berkunjung ke Indonesia³⁸

Tabel 1.4
Negara yang Paling Banyak Berkunjung ke Indonesia

No.	Nama Negara	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1	Singapura	116049	88487	131654	132257	114229	582676
2	Malaysia	87595	87113	113567	110939	104943	504157
3	Jepang	37659	37913	46917	39910	42041	204440
4	Korea Selatan	32540	32131	27534	32694	30948	155847
5	Taiwan	20290	17651	19133	17685	19606	94365
6	Tiongkok	197157	190349	137529	158147	157335	840517
7	India	35345	30203	34112	37631	47231	184522
8	Philipina	12797	10170	12334	16271	15353	66925
9	Hong Kong	7555	5960	6559	7684	6813	34571
10	Thailand	5885	6332	7382	12142	10795	42536
11	Australia	98580	94553	86389	99773	93743	473038
12	Amerika Serikat	24029	22191	27747	29906	28752	132625
13	Inggris	21808	21235	27272	34803	30527	135645
14	Belanda	12703	12202	11789	17441	15148	69283
15	Jerman	12313	12861	20786	22378	20649	88987
16	Perancis	12556	12506	16039	24258	22800	88159
17	Rusia	13511	13248	9588	9052	7051	52450
18	Negara Eropa Lainnya	42059	41849	46262	54112	50610	234892
19	Saudi Arabia	14310	11329	13286	12150	5597	56672
20	Mesir	884	882	976	1303	1000	5045
21	Uni Emirat Arab	419	396	781	577	413	2586

Sumber : Kementerian Pariwisata Indonesia (2018)

³⁸ Kementerian Pariwisata Indonesia (2018)

Jika dilihat dari tabel di atas terlihat bahwa negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia adalah Tiongkok. Namun Negara tetangga Malaysia adalah prospek untuk wisata halal yang sangat baik, karena masyarakat Malaysia yang mayoritas Muslim akan bisa memberikan promosi yang lebih baik kepada masyarakat dunia³⁹. Karena Negara ini cukup dekat dengan Indonesia, tentu menjadi salah satu tujuan yang paling diminati jika Indonesia bias menerapkan wisata halal.

Dengan berhasil memenangi penghargaan-penghargaan dalam kegiatan lomba wisata halal tingkat dunia. Padahal Indonesia sangat tertinggal dalam menerapkan wisata halal, ketika negara-negara lain sudah berlomba-lomba melaksanakan wisata halal, bahkan negara yang mayoritas penduduknya non muslimpun tertarik untuk menyelenggarakan wisata halal. Indonesia dengan penduduk Muslim terbesar di dunia justru baru mulai melangkah pada sekitar tahun 2012 dan 2013 dan baru mulai menerapkannya pada tahun 2015. Namun banyaknya penghargaan perlombaan wisata halal tingkat dunia menjadi motivasi dan percaya diri Indonesia untuk terus meningkatkan wisata halal. Terutama daerah-daerah yang menjadi langganan mendapatkan penghargaan adalah Lombok, Aceh, Sumbar, Bali dan lain sebagainya.

Pemerintah Indonesia melalui Kemenpar kian gencar menarik traveler muslim lewat wisata halal. Ada 11 destinasi wisata halal dalam negeri yang jadi unggulan yakni; Aceh, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan dan Lombok. ujar Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, Anang Sutoyo⁴⁰

Bagaimana wisata halal di daerah-daerah yang dahulunya direkomendasikan pemerintah pada awalnya, seperti Bali. Pada saat wawancara dengan Dinas pariwisata Bali yang diwakili oleh salah satu kbid, diketahui

³⁹ kemenpar.go.id2017_klasik.pdf

⁴⁰ Anang Sutoyo Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, detikTravel, **Ini 10 Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia**, Feb 2019 B, **TRAVEL NEWS**, Johanes Randy Prakoso

bahwa Bali tidak mengenal wisata halal . Jadi bisa dikatakan Bali adalah satu-satunya daerah yang menolak penerapan wisata halal di daerahnya..

Sementara daerah NTB , memiliki segudang penghargaan sejak daerah tersebut ditetapkan jadi destinasi wisata halal yakni sejak tahun 2015 . NTB memang daerah 1000 mesjid yang mempesona, selain masyarakatnya mayoritas muslim, dan ramah, serta banyaknya lokasi wisata yang sangat indah dan berbeda dengan daerah lain. Pemerintah daerahnya pun sangat mendukung penerapan wisata halal ini , salah satunya dengan menerbitkan peraturan daerah tersendiri tentang wisata halal. Pada tahun 2015 .

Demikian juga dengan Aceh, sering mendapat penghargaan internasional dalam perlombaan wisata halal di dunia, dan Aceh juga satu-satunya daerah yang telah memiliki peraturan daerah tentang wisata, yang tentu saja walaupun bukan tentang wisata halal, tetapi berkonsep Islam, sehingga jauh lebih luas dan lengkap tentang penerapan wisatanya.

Berbeda dengan daerah Sumatera Utara, dengan mayoritas penduduknya yang muslim tetapi tidak ditetapkan sebagai daerah wisata halal, padahal daerah-daerah indah di Sumatera Utara sangat banyak, belum lagi kuliner terlezatnya dan variannya yang cukup menarik sangat potensial untuk menjadi daya tarik wisatawan, walaupun beberapa pihak banyak yang menolak, namun stakeholder lainnya cukup mendukung penerapan wisata halal, mengingat pengunjung daerah ini banyak yang berasal dari Negara Islam seperti Malaysia .

Namun, Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) Prof KH Maruf Amin menilai Indonesia terlambat menyiapkan diri sebagai pelaku pariwisata halal⁴¹. Oleh sebab itu sejumlah Pemerintah Daerah di Indonesia saat ini terus berupaya secara intensif untuk mengembangkan wisata halal baik di sajian kulinernya maupun layanan di restoran maupun hotel. Penerapan wisata halal tersebut dilakukan sebagai upaya antisipasi sekaligus menyambut wisatawan mancanegara, khususnya dari Timur Tengah⁴². Sementara negara yang mayoritas penduduknya banyak non muslim bahkan lebih maju. Seperti data berikut di dunia sendiri ada 9 negara yang menyediakan paket wisata halal seperti yang

⁴¹ Prof KH Maruf Amin ,Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) , Indonesia Dinilai Terlambat Menyiapkan Pariwisata Halal, Jakarta City Post | Kamis,16 Nov 2017, AL

⁴² Ibid

dikutip dari phinemo.com, diantaranya; Jepang,Turki,Malaysia,Maroko, Thailand, Dubai (Uni Emirat Arab), Inggris, Korea Selatan, Jerman⁴³.Selain itu ada 10 negara non muslim yang tertarik dengan pasar wisata halal, seperti Taiwan,Singapura,Afrika Selatan, Hongkong,Perancis, Spanyol, Filipina, Thailand, Inggris dan Jepang Selatan⁴⁴. Ini berarti sebenarnya ada 16 negara di dunia yang sudah menyasar ke pasar wisata halal.

Dan Jepang adalah salah satu negara yang paling percaya diri dan paling giat dan serius dalam mengembangkan wisata halal, dengan 10 kota⁴⁵ ramah muslim nya .Bandingkan dengan Indonesia dimana penerapannya belum cukup baik. Ini dapat diketahui dari berbagai sumber dimana banyaknya polemic terkait rencana penerapan wisata halal yang timbul di masyarakat di berbagai daerah di Indonesia , seperti yang terjadi di Bali tahun 2015 dan tahun 2019, NTT pada tahun 2019 dan juga di Sumatera Utara pada tahun 2019 Seperti di Sumatera Utara rencana penerapan wisata halal di kawasan Danau Toba yang dilontarkan oleh Gubernur Sumatera Utara Edy Rahmayadi, dan didukung oleh banyak pihak tetapi tidak sedikit juga yang menentang, sebagian besar mereka bermukim di kawasan Danau Toba . Hal ini telah dikonfirmasi langsung oleh penulis kepada Bapak Drs. Muklis dari Dinas Pariwisata Sumatera Utara saat itu. Pemakaian istilah wisata halal yang sering disalah artikan berbagai pihak. Dimana banyak orang beranggapan bahwa konsep wisata halal itu adalah full syariah

Belum lagi pernyataan sapta dalam Bisnis.com yang mengatakan bahwa Indonesia masih menggaet sedikit wisatawan mancanegara muslim yakni 3,6 juta orang, dibandingkan dengan Thailand yang berhasil menggaet 6 juta orang, Malaysis 5 juta orang dan Singapura 4 juta orang⁴⁶, padahal Indonesia memiliki destinasi wisata yang lebih luas dibanding ke tuga daerah tersebut, belum lagi kekayaan alamnya yang sangat alamiah dan indah.

Dengan populasi muslim yang sangat besar sekitar 1,8 milyar dari

⁴³ Mia Kamila .9 Negara Ini Sediakan Paket Wisata Halal Buat Kamu yang Ingin Liburan di Bulan Ramadhan.Yuk datang ke Maroko biar Kamu bisa menikmati sajian khas Maroko saat buka puasa! Cek destinasi wisata halal di dunia lainnya

⁴⁴ Johanes Randy Prakoso (09 April 2019), 10 Negara Muslim ini Mencuri Perhatian Wisata Halal,detik.com

⁴⁵ Jalan-jalan ke Jepang.com 10(may 2019), 10 rekomendasi kota ramah muslim di Jeoabg

⁴⁶ Tika Anggaeni Purba (07 Seotember 2019).Literasi Wisata Halal Penting agar Tak Salah Memahami Maknanya, Bisnis.com

penduduk dunia menjadikan potensi pasar muslim. Selain itu, tantangan perubahan teknologi komunikasi dan transportasi telah banyak mengubah gaya hidup di dunia, perjalanan wisata kini banyak melibatkan kelompok usia muda dan kaum perempuan sebagai faktor penting dalam gaya wisata dunia harus mampu dijawab oleh para pemangku kepentingan pariwisata halal.

Seperti yang dijelaskan dari tabel di atas, dengan prestasi Indonesia yang mengalami peningkatan luar biasa dengan menduduki posisi nomor satu di dunia dalam hal penilaian rating index milik Global Muslim Travel Index, mendorong peningkatan pariwisata halal di Indonesia. Dengan pertumbuhan fasilitas, perbaikan kualitas, dan bahkan dukungan dari sistem perbankan yang selaras, pariwisata halal di Indonesia akan semakin meningkatkan daya tarik tujuan wisata dan memberikan tingkat kenyamanan lebih bagi turis muslim potensial yang hadir.

Untuk itu wisata halal sebagai salah satu kreativitas pengembangan sumber daya ekonomi Indonesia, maka penting dilakukan pembangunan di bidang kepariwisataan tersebut, sehingga dalam penyelenggaraannya harus berdasarkan asas-asas manfaat, usaha bersama, kekeluargaan, adil, merata, dan kehidupan dalam keseimbangan dan kepercayaan pada diri sendiri. Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi.

Pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia seiring dengan tren wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global. Pembangunan kepariwisataan adalah bagian dari pembangunan nasional yang mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berwirausaha dan menciptakan lapangan kerja. Visi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif item 1 yakni memecahkan multi krisis Nasional melalui efek ganda ekonomi (*Economic Effect*) pembangunan pariwisata sustainable (*Sustainable Tourism Development*), dimana berorientasi kepada kepentingan masyarakat luar dan peningkatan kualitas hidup masyarakat dan bangsa Indonesia.

Dengan tahap-tahap pembangunan nasional, pelaksanaan pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan secara menyeluruh, berimbang, bertahap, dan berkesinambungan (*sustainable*). Dan pembangunan di bidang kepariwisataan

mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁴⁷ Dan pariwisata sustainable merupakan sebuah proses dan sistem pengembangan pariwisata yang bisa menjamin keberlangsungan atau keberadaan sumberdaya alam, kehidupan sosial dan ekonomi, dan budaya ke generasi yang akan datang.

Padahal seperti yang dikatakan oleh Sapta Wisata halal adalah *extended service*⁴⁸ buat wisatawan yang memerlukannya, Sepeti diketahui wisata halal pada dasarnya sama dengan wisata umum lainnya , hanya saja karena wisata halal ditujukan kepada para wisatawan yang beragama Islam dimana setiap muslim berkewajiban melakukan ibadah sehari-harinya , maka jikapun mereka berpergian, harus mendapatkan pelayanan dan fasilitas dengan mudah , disinilah yang membedakannya. Karena biasanya perjalanan wisata umum tidak menyediakan fasilitas yang dibutuhkan para wisatawan ini, seperti jika para wisatawan muslim ini hendak sholat maka di tempat penginapan harus disediakan fasilitas tersebut seprti sajadah, mukena, Al quran. Dan di tempat umum lainnya disediakan tempat untuk sholat, tempat wudhu. Sementara jika mereka makanapun haruslah yang terjamin kehalalannya yang tentunya biasanya ditandai dengan label halal sebagai tanda telah disertifikasi oleh badan terkait, termasuk tempat rekreasi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim tersebut

Dari uraian ini jelas bahwa penerapan wisata halal di Indonesia perlu diberikan pemahaman yang mudah dan dapat diterapkan di seluruh daerah di Indonesia sehingga bisa berlangsung secara berkesinambungan. Namun, banyaknya permasalahan-permasalahan dalam penerapan wisata halal saat ini menjadi tantangan yang harus diselesaikan. Permasalahan utama yang dihadapi oleh Indonesia saat ini yaitu lemahnya sistem pengelolaan destinasi, yang sati ini masih pasif, hal ini terjadi bisa saja disebabkan karena belum adanya peraturan menteri (permen) tentang wisata halal ssebagai dasar pengembangan sector ekonomin tersebut. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata (Asita) Jawa Tengah ⁴⁹

⁴⁷Harry Waluyo (et al). *“Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi* (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan”, 1993, hlm. 30.

⁴⁸ Tika Anggaeni Purba (07 Seotember 2019).Literasi Wisata Halal Penting agar Tak Salah Memahami Maknanya, Bisnis.com

⁴⁹ **Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata (Asita) Jawa Tengah** Republika .co.id . Jawa Tengah Solo (09 Ocober 2019) , Wisata Halal Perlu Didukung Peraturan Menteri ,Asita Solo

yang menyatakan bahwa Indonesia memiliki potensi yang cukup besar, tetapi sampai saat ini belum ada petunjuk teknis untuk mengembangkan wisata halal. Jadi umumnya menggunakan panduan dari Global Muslim Travel Index dalam menjalankan wisata halal di dalam negeri. Panduan ini penting dalam melaksanakan wisata halal, karena berhubungan dengan standardisasi pelayanan dan fasilitas, mana yang harus diperhatikan dan mana yang harus dipenuhi, agar wisata ini sesuai dengan konsep halal yang ditawarkan. Seperti keberasdaan masjid harus mudah dijangkau, pemisahan gender di tempat makan/restaurant. Jika ada permen maka ada keseragaman pelaksanaan di setiap daerah.

Mantan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu pernah menyatakan bahwa wisata halal di Indonesia sangat berpotensi meningkatkan pembangunan ekonomi nasional. Sayangnya, saat ini wisata halal di Indonesia masih digarap setengah-setengah⁵⁰. Menurut beliau ada 5 poin penting dalam masalah industri pariwisata. Infrastruktur, Teknologi Informasi, Keamanan, SDM, dan Sampah.

Pratiwi, Dida dan Sjafirah yang menyatakan dukungan berupa infrastruktur dan SDM serta belum adanya regulasi mengenai wisata halal menjadi penghambat dalam pengembangan wisata halal. Karenanya diperlukan regulasi dari pusat yang membimbing regulasi daerahnya untuk menerapkan konsep wisata halal. Tanpa adanya regulasi yang jelas, pengaturan terhadap pelaksanaan pengelolaan dalam pengembangan objek wisata tidak akan dapat berjalan dengan baik⁵¹.

Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya⁵² mengungkapkan ada tiga hambatan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan wisata halal. Tiga hal itu terkait dengan persepsi masyarakat dan sertifikasi halal. Dan ini menjadi kelemahan umum Bangsa Indonesia. Karena dari sini terlihat bahwa kepedulian masyarakat Indonesia terhadap sertifikas ini halal sangat rendah, persepsi itu adalah yang paling

⁵⁰ Sri Anindiati Nursastri, "7 masalah utama pariwisata di Indonesia", 27 Desember 2016, pukul 15.25.

⁵¹ Pratiwi, Soraya Ratna, Dida, Susanne & Sjafirah, Nuryah Asri. 2018. Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 6 No. 1. Pp 78-90

⁵² Arif Yahya dalam Wahyu Adityo Prodjo dan I Made Asdhiana (Kompas.Com, 2016), "Tiga Hambatan Pengembangan Wisata Halal di ndonesia", Jakarta

berbahaya dalam mengembangkan wisata halal. Dan ini menjadi kelemahan umum Bangsa Indonesia. Karena dari sini terlihat bahwa kepedulian masyarakat Indonesia terhadap sertifikasi ini halal sangat rendah, persepsi itu adalah yang paling berbahaya dalam mengembangkan wisata halal. Pengusaha restoran, hotel, atraksi wisata, dan sumber daya manusia perlu disertifikasi. Hal lain yang menghambat pengembangan wisata halal di Indonesia adalah persepsi tentang negara Muslim terbesar. Menurut Arief, dengan persepsi itu muncul anggapan turis mancanegara Muslim akan berkunjung ke Indonesia tentu saja pemikiran ini salah. Turis itu akan datang ke pelayanan terbaik. Siapa yang melayani lebih bagus akan mendapatkan lebih," lanjutnya. Hal terakhir yang menghambat pengembangan wisata halal, adalah tidak ingin disertifikasi wisata halal. Menurutnya, penolakan tersebut karena sudah merasa telah menerapkan standar halal dan sudah berasal dari negara Islam. Selanjutnya Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata, Riyanto Sofyan menyebutkan, promosi wisata halal tidak dapat dilakukan dengan bermodalkan persepsi keunggulan yang telah dimiliki. Menurutnya, setiap pemain industri pariwisata harus memiliki standar yang diakui oleh dunia pariwisata internasional. Sehingga ada sertifikasi halal itu hal yang mutlak⁵³.

Beberapa permasalahan lainnya yang penulis rangkum berdasarkan beberapa sumber berikut antara lain:

1. Belum adanya regulasi mengenai wisata halal, SDM dan infrastruktur (Jurnal Pratiwi, Dida dan Syafirah)⁵⁴
2. Infrastruktur, Teknologi Informasi, Keamanan, SDM, dan Sampah.(Marie Eka Pangestu)⁵⁵
3. Masih minimnya infrastruktur yang ramah muslim , kualitas pelayanan dan kualitas objek wisata , makanan. hotel dan restaurant yang halal, SDM,

⁵³ Arif Yahya dalam Wahyu Adityo Prodjo dan I Made Asdhiana (Kompas.Com, 2016),"Tiga Hambatan Pengembangan Wisata Halal di Indonesia", Jakarta. <https://travel.kompas.com/read/2016/08/06/170400727/Tiga.Hambatan.Pengembangan.Wisata.Halal.di.Indonesia>.

⁵⁴ Pratiwi, Soraya Ratna, Dida, Susanne & Sjafirah, Nuryah Asri. 2018. Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 6 No. 1. Pp 78-90

⁵⁵ Sri Anindiati Nursastri, "7 masalah utama pariwisata di Indonesia", 27 Desember 2016, pukul 15.25.

event-event kreatif , dan tour leader Islami⁵⁶

4. Minimnya pemahamannya masyarakat tentang wisata halal karena minim sosialisasi, edukasi dan perkuat literasi⁵⁷
5. Banyaknya kasus pungli dan preman di objek wisata⁵⁸
6. Infrastruktur, objek wisata halal dan Stakeholders wisata halal masih jalan sendiri-sendiri .⁵⁹
7. Pemerintah sendiri belum juga mengeluarkan peraturan tentang wisata halal⁶⁰
8. Dan lain sebagainya

Sementara itu teknologi juga menjadi salah satu yang dibutuhkan dalam penerapan wisata halal ini. Rhenald Kasali dalam artikelnya yang dimuat dalam Kompas.com menyebutkan bahwa ekonomi sekarang ini telah berubah menjadi *Esteem Economy* dari *leisure economy* pada era sebelumnya. Perubahan tersebut

berimbas terhadap perubahan perilaku berwisata, dari hanya menikmati waktu senggang dengan kumpul-kumpul bersama teman atau keluarga berubah menjadi mencari pengalaman (*experiences*) dengan unsur ingin mendapatkan pengakuan karena pernah mengunjungi tempat-tempat yang lagi hits pada masanya. Perubahan perilaku berwisata tersebut menurutnya disebabkan oleh kebanyakan manusia sekarang ini yang sudah *addicted* terhadap *gadget* terutama *smartphone* yang sudah menjadi kebutuhan pokok diluar sandang, pangan dan papan.⁶¹ ..

Dalam memuaskan wisatawan milenial di masa kini dan masa depan, organisasi pariwisata harus mempertimbangkan nilai-nilai yang berbeda. Salah satu tujuan yang dimungkinkan generasi milenial dalam melakukan sebuah perjalanan ialah untuk menghindari kuota, mencoba gaya hidup yang berbeda, untuk mendapatkan pengalaman baru, mengunjungi tempat-tempat baru dan untuk

⁵⁶ Sapta dalam Republika.co.id (26 Juni 2018). Infrastruktur dan kualitas objek wisata perlu ditingkatkan, Dunia Islam.Khazaah Indonesia

⁵⁷ Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia dalam Antaranews (15 November 2019), Masyarakat diminta perkuat literasi wisata halal,

⁵⁸ Kepala polisian resor Garut , AKBP Budi Satria Wiguna Merdeka.com (10 Juni 2019). Polisi Ungkap Pungli oleh Preman di Objek Wisata Cipanan , Garut

⁵⁹ Arsiya Heni Puspita dalam Republica.co.id (26 Juni 2018). Pemerintah dan Pemangku Wisata Halal Perlu Kerja Sama. Jakarta

⁶⁰ Asita dalam Republika .co.id (09 Ocober 2019) , Wisata Halal Perlu Didukung Peraturan Menteri ,Asita Solo

⁶¹ Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 08/10/2018

memperoleh pengetahuan baru (UNWTO dan WYSE *Travel Confederation*, 2016).⁶²

Kontribusi generasi milenial sebagai wisatawan muda cukup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan wisata. Hal ini menunjukkan pentingnya investigasi kelompok sasaran ini dengan mengidentifikasi perilaku wisata mereka, seperti makna dan nilai yang mereka berikan ketika melakukan wisata. Salah satu poin penting yang dapat dibidik dalam pertanyaan UNWTO dan WYSE *Travel Confederation*, 2016 bahwa generasi milenial memiliki salah satu tujuan yang penting yakni mencoba gaya hidup berbeda. Jadi jelas generasi milenial adalah segmen yang paling menarik dalam wisata halal ini.

Kerjasama dengan stakeholder juga adalah hal yang paling perlu dilakukan, seperti dalam permasalahan yang diungkapkan di atas oleh Heni⁶³,

Dari uraian di atas jelas bahwa penelitian tentang Model Wisata Halal *Sustainable* di Indonesia perlu dilakukan, agar ditemukan model yang paling tepat dalam implementasi wisata halal di Indonesia, dimana segala permasalahan di atas dapat diatasi dan segala aspek yang dapat memberikan kontribusi dapat ditingkatkan. Terutama sinergi antar stakeholders, agar bisnis pariwisata halal di Indonesia berkembang dengan cepat dan bisa bersaing dengan negara lain.⁶⁴ Juga mampu meningkatkan pendapatan daerah maupun Negara serta tujuan akhir dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat hingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia secara menyeluruh dapat tercapai.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dikemukakan beberapa rumusan masalah:

1. Apakah aspek-aspek wisata halal yang paling menghambat dan paling potensial di Indonesia ?
2. Bagaimana penerapan wisata halal di Indonesia selama ini ?
3. Bagaimana Model wisata halal sustainable yang paling tepat diterapkan di Indonesia ?

⁶² emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JTF-12-2017-0058

⁶³ Arsiya Heni Puspita dalam Republika.co.id (26 Juni 2018). Pemerintah dan Pemangku Wisata Halal Perlu Kerja Sama. Jakarta

⁶⁴ Abdul Rasyid, op. cit., 2015

4. Aspek-aspek apa yang dominan dalam model wisata halal sustainable di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan penelitiannya

1. Untuk mengidentifikasi aspek wisata halal yang paling menghambat dan paling potensial di Indonesia
2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan wisata halal di Indonesia selama ini
3. Untuk membangun sebuah konseptual untuk menggambarkan dan membuktikan secara empiric bagaimana Model wisata halal sustainable yang paling tepat diterapkan di Indonesia
4. Untuk mengetahui aspek-aspek apa yang dominan dalam model wisata halal sustainable di Indonesia

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi :

- Pemerintah: menjadi rekomendasi dalam penerapan wisata halal yang *sustainable* di Indonesia, dimana tercapai kesejahteraan ekonomi, ekologi dan sosial bagi masyarakat.
- Pelaku Bisnis, dapat menjadi referensi untuk meningkatkan usahanya dalam bisnis wisata halal.
- Masyarakat umum dapat menjadi acuan bagaimana menciptakan iklim yang kondusif untuk meningkatkan pariwisata khususnya wisata halal di Indonesia dan mensejahterahkan kehidupannya.
- Peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi penelitian di bidang yang sama.

E. Kebaruan Penelitian (Novelty)

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian tentang model wisata halal sustainable di Indonesia. Jadi penelitian ini juga adalah satu-satunya penelitian yang membahas tentang model wisata halal sustainable di Indonesia, dan juga penelitian yang melibatkan empat provinsi atau daerah ujung

barat dan ujung timur Indonesia , yakni Aceh, Sumut, NTB dan Bali. Penelitian ini juga lebih komprehensif karena meneliti dari semua aspek , baik dari aspek prioritas yang ada di regulasi, aspek prioritas dari destinasi wisata halal dan aspek prioritas dari masyarakat.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Penelitian ini bersifat deskriptif dan ditujukan untuk mencari membangun sebuah model konseptual untuk menggambarkan dan membuktikan secara empiric bagaimana wisata halal diterapkan agar berjalan secara sustainable di Indonesia. Adapun ruang lingkup dan batasan masalah dalam penelitian disertasi ini adalah :

1. Penelitian hanya mengupas tentang seluk beluk wisata halal dan penerapannya di Indonesia
2. Penggunaan Analisa SWOT hanya untuk menemukan sisi keunggulan , kelemahan, peluang serta ancaman dalam wisata halal di Indonesia
3. Menggunakan Metode ANP (*Analitical Network Process*), untuk menyusun deskomposisi dan konstruksi wisata halal di Indonesia dan mencari aspek dominannya
4. Lokasi yang menjadi objek validasi dalam penelitian ini adalah Nusa Tenggara Barat, Aceh, Bali dan Sumatera Utara
5. Narasumber yakni pakar wisata halal berasal dari Pemerintah yang diwaliki dinas pariwisata di daerah terkait, LPPOM MUI di daerah terkait, Pelaku bisnis di daerah terkait, akademisi dan masyarakat.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pariwisata

Menurut etimologi kata “*pariwisata*” diidentikkan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini menurut Sinaga pariwisata dapat diartikan suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan¹. Gunawan mengatakan, pariwisata juga menggabungkan berbagai macam produk, seperti transportasi, akomodasi, *catering*, sumber daya alam, hiburan dan berbagai sebagai jenis fasilitas dan jasa lainnya seperti bank, pertokoan serta biro perjalanan.²

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Beberapa ahli mengemukakan pengertian pariwisata, antara lain³:

1. Yoeti dalam Irawan⁴, menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yaitu “...*pari* yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”.
2. Freuler dalam Irawan, merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut : “Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan *fenomena* dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta

¹ Sinaga, Supriono. 2010. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara

² Mira P. Gunawan, *Pariwisata Indonesia, Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan*. Penerbit Lembaga Penelitian ITB. Bandung, 1999.

³ UU No. 9 Tahun 1990

⁴ Irawan, Koko. 2010. *Potensi Obyek Wista Air Terjun Serdang Bedagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan”⁵.

Chadwick, mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan orang di luar lingkungannya dengan jangka waktu tertentu dan tujuan perjalanan utamanya selain pendidikan atau mencari pengalaman dengan membayar suatu kegiatan di tempat yang dikunjungi.⁶ Hanzaee dan kawan-kawan, berpendapat pariwisata adalah sebuah konsep yang rumit yang mencakup berbagai sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya, dan lingkungan pertimbangan. Dalam bahasa Arab pariwisata dapat didefinisikan⁷:

السياحة لغةً بأنها الضرب في الأرض؛ أي الانتقال والمشى من موقع إلى آخر، سواء في دولة معينة أو إقليم مُحدّد أو حول العالم، من أجل الوصول إلى حاجات معينة، وبعيدة عن مكان السكن الدائم أو بيئة الأعمال أو الحروب.

Artinya: “Pariwisata secara bahasa ialah melakukan perjalanan di bumi; yaitu bergerak dan berjalan dari satu lokasi ke lokasi lain, baik di negara atau wilayah tertentu atau di seluruh dunia, untuk mencapai kebutuhan tertentu, jauh dari tempat tinggal permanen, lingkungan bisnis atau perang”.⁸

Kodhyat, mengatakan pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.⁹ Macintosh dan Goeldner mengatakan, pariwisata adalah jumlah dari fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah tuan rumah dan masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan hosting wisatawan dan pengunjung lainnya.¹⁰

⁵ Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

⁶ Chadwick, R. A, Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research. In *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*, J. R. B. Ritchie and C. R. Goeldner, eds., 66. New York: John Wiley, 1994.

⁷ Hanzaee, Kambiz Heidarzadeh and Mohammad Reza Ramezani, “Intention To Halal Products In The Word Market Interdisciplinary”, *Journal of Research in Business*. Vol. I. No. 5, 2011

⁸ Ablah Abdul Hamid Bukhari, *Iqtishadiyat As-Siyahat*. h. 4.

⁹ Kodyat, H 1983. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

¹⁰ McIntosh, Robert W., dan Charles R. Goeldner. 1986. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Kanada: John Wiley & Sons, Inc.

Sementara itu kepariwisataan menurut Irawan menjabarkan kata-kata yang berhubungan dengan kepariwisataan sebagai berikut¹¹:

- Wisata : Perjalanan, dalam bahasa Inggris disebut dengan “Travel”.
- Pariwisata : Perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain, dalam bahasa Inggris disebut dengan “Tour”.
- Wisatawan : Orang yang melakukan perjalanan, dalam bahasa Inggris disebut dengan “Travelers”.
- Kepariwisata : Hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata dan dalam bahasa Inggris disebut dengan “Tourisme”.

Prof. Hunziger dan Kraf dalam Irawan memberikan batasan pariwisata yang bersifat teknis, yaitu “...kepariwisataan adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal ditempat itu untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberi keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara”¹².

Pariwisata adalah konsep yang rumit mencakup berbagai pertimbangan sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya, dan lingkungan. Medic & Middleton menegaskan bahwa konsep pariwisata terdiri dari serangkaian kegiatan, layanan, dan manfaat yang memberikan pengalaman tertentu kepada para turis.¹³ Buhalis, meyakini bahwa tujuan wisata memiliki lima unsur penting, yaitu atraksi, akses, fasilitas, kegiatan, dan terkait sisi jasa pariwisata.¹⁴

Ketetapan MPRS No. 1 Tahun 1960 dalam Irawan kepariwisataan dalam dunia modern pada hakikatnya adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi liburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu bekerja serta mempunyai modal untuk melihat daerah lain (pariwisata dalam negeri) atau negara lain (pariwisata

¹¹ Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

¹² Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

¹³ Medic dan Middleton, Product formulation in tourism. *Tourism and Marketing*, 13:173-201, 1973.

¹⁴ Buhalis, D, Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-152. DOI: dx.doi.org.

luar negeri)¹⁵. Tujuan kepariwisataan dalam UUD RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan, sebagai berikut : Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Meningkatkan kesejahteraan rakyat, Menghapus kemiskinan, Mengatasi pengangguran, Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, Memajukan kebudayaan, Mengangkat citra bangsa, Memupuk rasa cinta tanah air, Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan Mempererat persahabatan antar bangsa¹⁶.

1. Pengertian Wisata dalam Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an maupun Sunnah Rasulullah Saw tidak ditemukan kata pariwisata secara harfiah, namun terdapat beberapa kata yang menunjuk kepada pengertian dengan lapaz-lapaz yang berbeda namun secara umum maknanya sama, setidaknya ditemukan tujuh bentuk redaksi kalimat, diantaranya adalah :

- a. **“Sara–Yasiru-Siru-Sairan-Saiyaran”** : (berjalan,melakukan perjalanan), dari kata tersebut dijumpai kata “saiyar, muannatsnya saiyahrah” dengan makna yang banyak menempuh perjalanan, lebih dikenal dengan nama mobil. Kata-kata yang menunjukkan makna tersebut terdapat dalam Qs. al-An'am (6) : 11, Qs. An-naml (27) : 69, Qs. al-Ankabut (29) : 20, Qs. al-Rum (30) : 42, Qs. Saba' (34) : 18 dan 28, Qs. al-Mukmin" (40) : 21, Qs. Fathir (35) : 35, dan Qs. al-Nahl (16) : 36.¹⁷ Pada surat-surat di atas dijelaskan dengan beragam redaksi,anjuran melakukan perjalanan dengan menggunakan kata kerja sedang berlansung dan kata perintah, sehingga di dapat motivasi para Rasul dan Nabi terdahulu dalam melakukan perjalanan.
- b. **“Al-Safar”** :(Perjalanan) terdapat dalam Qs. al-Baqarah (2) : 184,185,283, Qs. An-nisa'(4) : 43, Qs. al-Maidah (5) : 6. Dalam beberapa surat dan ayat di atas dijelaskan tentang keadaan orang yang sedang dalam musafir diberikan kemudahan dan keringanan dalam ibadah, seperti menjama' dan mengqasar sholat begitujuga do bolehkan berbuka bagi yang berpuasa.
- c. **“Rihlah”** :(Perjalanan) terdapat dalam Qs. Qurays (106) : 1-4. menerangkan Kebiasaan suku Qiraisy melakukan perjalanan bisnis/berdagang pada musim

¹⁵ Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

¹⁶ UUD RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

¹⁷ Al-Raghib al-Alashfihani, *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*, (Dar Fikr, Beirut, 1989 M), hal 105

dingin ke Yaman dan musim panas ke negeri Syam. Rasulullah Saw dalam hal ini menganjurkan ummatnya untuk melakukan perjalanan/wista rohani ke tiga Masjid, sebagaimana dalam sabda Beliau :

”Tidaklah kamu di anjurkan melakukan perjalanan melainkan kepada tiga Masjid, al-Masjid al-Haram, Masjid al-Rasul, dan Masjid al-Aqsa”.

- d. **“Hajara-Yuhajiru-Muhajiran”**:(Berhijrah, berpindah) terdapat dalam Qs. Annisa’ (4) : 100. Menerangkan keadaan orang yang berhijrah karena Allah Swt dan Rasul-Nya maka orang tersebut mendapatkan pahala, walaupun akan banyak mendapatkan tantangan dan cobaan.
- e. **“Asra”** :(memperjalankan) terdapat dalam Qs. al-Isra’ (17) : 1 Kisah Isra’ dan Mi’raj, misi perjalanan Rasulullah Saw dari Masjid Haram Makkah ke Masjid al-Aqsa di Palestina, lalu menaiki langit menjemput perintah sholat.
- f. **”Saha-Yahsihu-Saihan-Siyahah-Sa ihun”** :(Berjalan atau bepegian), terdapat dalam Qs. Al-Taubah (9) : 2 dan 112. Dalam dua ayat di atas dijelaskan tentang anjuran melakukan perjalanan di buka bumi dalam rangka melakukan ibadah dan anjuran melawat atau bertamasya ke suatu negeri untuk melihat pemandangan dan kagungan ciptaan Allah Swt. Bahkan Allah Swt memuji orang-orang yang melakukan perjalanan, wisatawan dan pelancong dengan istilah ”Al-Saih” berbarengan dengan orang bertaubat, memuji Allah, orang yang ruku’, orang yang sujud, berjihad, dan beramar ma’ruf dan Nahi. Munkar Senada dengan hal diatas Rasulullah Saw bersabda dalam sabda Beliau :

Dari Sa’ad bin Mas’ud, bahwasanya ‘Usmanbin Maz’un datang menemui Nabi SAW, dia berkata: “Izinkanlah kami dikebiri !” Lalu Rasulullah SAW menjawab: “Sesungguhnya pengebirian umatku adalah dengan cara berpuasa.” Dia berkata lagi: “Ya Rasulullah! Izinkanlah kami hidup melakukan siyahah (pergi ke padang pasir jauh dari orang ramai, meninggalkan segala kesenangan dan perkara-perkara yang mubah serta mengekang hawa nafsu).” Lalu Rasul menjawab: “Siyahah umatku adalah dengan cara berjihad fi sabilillah.” Dia berkata lagi: “Wahai Rasulullah, izinkanlah kami menjalani hidup seperti seorang rahib.” Rasulullah menjawab: “Sesungguhnya kerahiban umatku adalah dengan cara duduk di masjid-masjid menunggu masuknya waktu sholat.”

- g. **”Dharaba”** :(melakukan perjalanan), terdapat dalam Qs. Annisa’ (4) : 101. Pada ayat ini di jelaskan tentang kemudahan dan keringanan dengan

mengqasar shalat bagi orang yang dalam perjalanan.

Sementara itu di dalam bahasa Arab, kosa kata untuk berpergian atau melakukan perjalanan khusus bersang-senang disebut rihlah. Kata rihlah ini juga telah disinggung Al-Qurán sebagai lambang rutinitas orang Quraisy yang biasanya melakukan perjalanan di musim dingin dan musim panas. Pariwisata dikenal dalam istilah bahasa arab dengan kata “*al-Siyahah, al-Rihlah, dan al-Safar*”¹⁸ atau dalam bahasa Inggris dengan istilah “*tourism*”¹⁹.

Dari definisi tersebut terlihat penekanannya pada kata perjalanan atau Wisata dalam bahasa Sansekerta atau dalam bahasa inggris dikenal dengan Travel dan Safar dalam bahasa Arab. Pariwisata juga dapat dipahami dalam surat al-Hujurat ayat 13 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “*Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.*”(Q.S Al-Hujarat:13).²⁰

Berikut bentuk pariwisata berdasarkan Alquran.

1. Hijja (حجة) melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap Muslim dewasa yang sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk mengambil haji.
2. Zejara (زيارة) mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
3. Rihla (رحلة) adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.

Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari

¹⁸Dr. Rohi Baalbaki, *Al Mawrid A Modren Arabic English Dictionary*, dar al Ilm Almalayin, Beirut, 1995, hal 569, 652

¹⁹ John M. Echols and Hassan Shadily, *Kamus Indonesia Inggris*, PT. Gramedia, Jakarta, 2010, hal 156

²⁰Q.S Al-Hujarat:13.

perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. Shari'ah (الشريعة) hukum menentukan apa yang dapat diterimahalal (حلال), dan apa yang tidak diterima – haram (حرام) dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan (Kovjanic).²¹

2. Pariwisata Dalam Islam

Islam datang untuk meninggikan pemahaman wisata dengan mengaitkannya dengan tujuan-tujuan yang mulia. di antaranya :

- a. Mengaitkan wisata dengan ibadah, sehingga mengharuskan adanya safar - atau wisata- untuk menunaikan salah satu rukun dalam agama yaitu haji pada bulan-bulan tertentu. Disyariatkan umrah ke Baitullah Ta'ala dalam setahun. Ketika ada seseorang datang kepada Nabi sallallahu alaihi wa sallam minta izin untuk berwisata dengan pemahaman lama, yaitu safar dengan makna kerahiban atau sekedar menyiksa diri, Nabi sallallahu alaihi wa sallam memberi petunjuk kepada maksud yang lebih mulia dan tinggi dari sekedar berwisata dengan mengatakan kepadanya, “Sesungguhnya wisatanya umatku adalah berjihad di jalan Allah.” (HR. Abu Daud, 2486, dinyatakan hasan oleh Al-Albany dalam Shahih Abu Daud dan dikuatkan sanadnya oleh Al-Iraqi dalam kitab Takhrij Ihya Ulumuddin, no. 2641).
- b. Demikian pula, dalam pemahaman Islam, wisata dikaitkan dengan ilmu dan pengetahuan. Pada permulaan Islam, telah ada perjalanan sangat agung dengan tujuan mencari ilmu dan menyebarkannya. Sampai Al-Khatib Al-Bagdady menulis kitab yang terkenal ‘Ar-Rihlah Fi Tolabil Hadits’, di dalamnya beliau mengumpulkan kisah orang yang melakukan perjalanan hanya untuk mendapatkan dan mencari satu hadits saja. Di antaranya adalah apa yang diucapkan oleh sebagian tabiin terkait dengan firman Allah Ta'ala:

اَلتَّائِبُونَ الْعِبَادُونَ الْحَمِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ اَلْءَامِرُونَ
بِاَلْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَفِظُونَ لِحُدُودِ اللّٰهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan

²¹Kovjanic, G. Islamic Tourism as a Faktor of the Middle East. *Turizam*, 18 (1), 33-43, 2014.

gembirakanlah orang-orang mukmin itu.” (Q.S At-Taubah: 112).²²

Ikrimah berkata ‘As-Saa’ihuna’ mereka adalah pencari ilmu. Diriwayatkan oleh Ibnu Abi Hatim dalam tafsirnya, 7/429. Silakan lihat Fathul Qadir, 2/408. Meskipun penafsiran yang benar menurut mayoritas ulama salaf bahwa yang dimaksud dengan ‘As-Saa’ihin’ adalah orang-orang yang berpuasa.

- c. Di antara maksud wisata dalam Islam adalah mengambil pelajaran dan peringatan. Dalam Al-Qur’anulkarim terdapat perintah untuk berjalan di muka bumi di beberapa tempat. Allah berfirman: “Katakanlah : 'Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.'” (QS. Al-An’am: 11). Dalam ayat lain, “Katakanlah: 'Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa.’” (QS. An-Naml: 69). Al-Qasimi rahimahullah berkata; ”Mereka berjalan dan pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasehat, pelajaran dan manfaat lainnya.” (Mahasinu At-Ta’wil, 16/225)
- d. Mungkin di antara maksud yang paling mulia dari wisata dalam Islam adalah berdakwah kepada Allah Ta’ala, dan menyampaikan kepada manusia cahaya yang diturunkan kepada Muhammad sallallahu alaihi wa sallam.
- e. Yang terakhir dari pemahaman wisata dalam Islam adalah safar untuk merenungi keindahan ciptaan Allah Ta’la, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup. Allah subhanahu wa ta’ala berfirman:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ
إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S Al-Ankabut: 20).²³

²²Q.S At-Taubah: 112.

²³Q.S Al-Ankabut: 20.

Dalam bahasa islam kita mengenal istilah hijrah, berpindahnya seseorang (baik secara temporer maupun permanen) dari suatu tempat ke tempat lainnya yang lebih baik, karena dalam hijrah setidaknya ada tiga manfaat. Mendapatkan ilmu yang baru, mendapatkan saudara yang baru dan terbukanya pintu rejeki. Santoso, berpendapat bahwa walaupun agama lebih mengarah pada hal-hal yang bersifat pemaknaan dan spiritual yang berada pada ranah kesadaran individu namun demikian agama juga kemudian bisa menjadi sebuah kesadaran kolektif. Hal tersebut, secara langsung telah menimbulkan terjadinya permintaan terhadap pariwisata karena ketersediaan penawaran “ketersediaan” tempat bersejarah Islam sebagai sarana pembelajaran Islam itu sendiri.²⁴

Dalam pandangan Islam pariwisata adalah :

- a. Perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke baitullah.
- b. Dalam pandangan dunia Islam, wisata juga terhubung dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan (Q.S. al-Taubah: 112).
- c. Tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan danberpikir. Perintah untuk berwisata di muka bumi muncul pada beberapa tempat dalam Al-Qur'an (lihat Q.S. al-An'am: 11-12 dan al-Naml: 69-70).
- d. Tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad saw.

Wisata Islam juga termasuk kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban pencipta dan menikmati keindahan alam semesta, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup.

3. Jenis-jenis Pariwisata

Jenis dan macam pariwisata menurut Oka A. Yoeti, diklasifikasikan sesuai

²⁴Santoso, Fajar, Pariwisata Dalam Pandangan Islam. Padang: Majalah Online, Retrieve from tabloid_info.sumenep.go.id, 2007.

dengan letak geografis, alasan atau tujuan perjalanan, saat berkunjung dan obyeknya. Adapun uraian mengenai jenis dan macam pariwisata tersebut adalah sebagai berikut: ²⁵

a. Menurut letak geografis

- Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)
- Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)
- Kepariwisataan Nasional (*National Tourism*)
- Pariwisata Regional-Internasional
- *International Tourism*

b. Menurut Alasan dan Tujuan Perjalanan

- *Bussines Tourism*
dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau berhubungan dengan pekerjaan, kongres, seminar, convention, symposium, musyawarah kerja.
- *Vacation Tourism*
dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti atau vakansi.
- *Education Tourism*
dimana pengunjung atau orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu bidang ilmu pengetahuan.

c. Menurut saat dan waktu berkunjung

- *Seasonal Tourism*
Yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *Summer Tourism* atau *Winter Tourism*, yang biasanya ditandai dengan kegiatan olah raga.
- *Occasional Tourism*
Yaitu jenis pariwisata dimana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu events, seperti misalnya Galungan dan Kuningan di Bali, Cherry Blossom Festival di Tokyo atau Washington, pesta air di negara-negara yang beragama Hindu.

²⁵Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung, 1996.

d. Pembagian menurut obyeknya

- *Cultural Tourism*

Yaitu jenis pariwisata, dimana motivasi orang-orang untuk *melakukan* perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni-budaya suatu tempat atau daerah.

- *Recuperation Tourism*

Biasanya disebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuannya adalah untuk melakukan perjalanan untuk menyembuhkan suatu penyakit.

- *Commercial Tourism*

Disebut sebagai pariwisata perdagangan, karena perjalanan pariwisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional.

- *Sport Tourism*

Biasanya disebut dengan istilah pariwisata olahraga, dimana tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.

- *Political Tourism*

Biasanya disebut dengan pariwisata politik, yaitu suatu perjalanan yang tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa atau kejadian yang berhubungan dengan suatu Negara.

- *Social Tourism*

Pariwisata sosial bukan merupakan suatu peristiwa yang berdiri sendiri. Pengertian ini hanya dilihat dari segi penyelenggaraannya saja yang tidak menekankan untuk mencari keuntungan.

- *Religion Tourism*

Yaitu jenis pariwisata dimana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan.

e. Menurut Umur yang melakukan perjalanan

- *Youth Tourism*

Pariwisata yang dikembangkan bagi remaja yang suka melakukan perjalanan wisata dengan harga yang relative murah.

- *Adult Tourism*

Pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut.

4. Sumber Daya Wisata

Sumber daya merupakan atribut alam yang bersifat netral sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia itu. Sumber daya yang terkait dengan pengembangan pariwisata umumnya berupa sebagai berikut :

- Sumber daya alam

Menurut Damanik dan Weber, sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi obyek wisata atau daya tarik wisata alam adalah keajaiban dan keindahan alam (topografi), keragaman flora dan fauna, kehidupan satwa liar, vegetasi alam, ekosistem yang belum terjamah manusia, rekreasi perairan (danau, sungai, air terjun, pantai), lintas alam (trekking, rafting, dan lain-lain), objek megalitik, suhu dan kelembaban udara yang nyaman, curah hujan yang normal, dan lain sebagainya²⁶.

- Sumber daya manusia

McIntosh, et al. dalam Pitana, memberikan gambaran atas berbagai peluang karir dalam industri pariwisata yang memanfaatkan dan digerakkan sumber daya manusia, seperti di bidang transportasi, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, shopping, travel, dan sebagainya.

- Sumber daya budaya

Menurut Pitana, sumber daya budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata diantaranya adalah bangunan bersejarah, situs, monumen, museum, galeri seni, situs budaya kuno dan sebagainya, seni dan patung kontemporer, arsitektur, tekstil, pusat kerajinan tangan dan seni, pusat desain, studio artis, industri film dan penerbit, dan sebagainya, seni pertunjukan, drama, sendratari, lagu daerah, teater jalanan, ekshibisi foto, festival, dan even khusus lainnya, peninggalan keagamaan seperti pura, candi masjid, situs, dan sejenisnya, kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, sistem pendidikan, sanggar, teknologi tradisional, cara kerja, dan sistem kehidupan setempat, perjalanan (trekking) ke tempat bersejarah menggunakan alat transportasi unik (berkuda, dokar, cekar, dan sebagainya), mencoba kuliner (masakan) setempat. melihat persiapan, cara

²⁶ Damanik, Janianton dan Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta : PUSPAR UGM dan Andi

membuat, menyajikan, dan menyantapnya merupakan atraksi budaya yang sangat menarik bagi wisatawan²⁷.

- Sumber daya minat khusus

Salah satu penyebab terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar pariwisata adalah karena adanya kecenderungan wisatawan dengan minat khusus baik dalam jumlah wisatawan maupun area minatnya.

5. Wisatawan

Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata” maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata “tourist” dalam bahasa Inggris. Kata itu berasal dari bahasa *Sansekerta* “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang²⁸. Menurut Smith dalam Kusumaningrum wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor.²⁹

Dalam UU No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan menurut Soekadijo, sebelum Perang Dunia II lalu lintas wisata antar Negara itu sudah begitu padat, sehingga untuk keperluan hubungan antar Negara dirasakan perlu adanya pengertian yang sama secara internasional tentang wisatawan.³⁰ Sedangkan menurut Soekadijo, wisatawan adalah pengunjung di Negara yang dikunjunginya setidaknya-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang

²⁷ Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

²⁸ Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI

²⁹ Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

³⁰ R.G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai “Systemic Linkage”*., Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 10.

berdasarkan motivasi ³¹ berupa Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, untuk alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya, melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis, melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan, dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Bawazier mengatakan wisatawan adalah ³² orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, orang yang mengadakan perjalanan untuk pertemuan-pertemuan, orang yang mengadakan bisnis dan juga orang yang datang dalam rangka pelayaran pesiar, juga kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

B. Wisata Halal

Wisata halal adalah wisata yang seluruh aspek kegiatannya berdasarkan syariah, yang mengutamakan unsur kehalalan. Wisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim, yang semua konsep pelayanannya merujuk pada aturan-aturan Islam, produk dan jasa yang dijual dirancang untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan muslim, mulai dari restoran halal yang tidak menjual makanan/minuman non-halal hingga penginapan halal, dan sebagainya.. *Halal* mencakup segala sesuatu yang digunakan untuk fisik dan bathin manusia yang tentunya bebas dari bahaya. Pada umumnya halal harus meliputi harta, makanan, minuman, kosmetik, obat-obatan yang material dan penanganan penyakit atau masalah hidup. Zamani Farahani and Anderson menegaskan bahwa *“Islamic tourism can be defined as traveling activities of Muslims when moving from one place to another or when residing at one place outside their place of normal residence for a period less than one year and to engage in activities with Islamic motivations. It should be noted that Islamic activities must be in accordance with generally accepted principles of Islam; i.e. halal”*.³³ Menurut laporan GMTI (2018), pertumbuhan pariwisata halal disebabkan oleh beberapa faktor:

- Pertumbuhan populasi muslim

³¹Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*, Jakarta : Gramedia, 2000.

³²Thohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata halal*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta, 2013, hlm. 22

³³Zamani-Farahani H & Anderson JC. Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The Cases of Iran and Saudi. *International Journal of Tourism Research* 12, 79–89 (2009)

- Pertumbuhan pendapatan kelas menengah Muslim
- Populasi generasi Muslim milenial
- Meningkatnya akses terhadap informasi travel
- Meningkatnya penyedia jasa travel yang mengakomodir kebutuhan ibadah Muslim (muslimfriendly)
- Travel Ramadhan
- Usaha travel.

Dari beberapa literasi dapat disimpulkan beberapa unsur wisata halal diklasifikasikan menjadi lima yakni fisik (hotel, penginapan , mesjid, toilet, tempat wudhu dll), makanan/kuliner, gaya hidup (kosmetik, spa dan tekstil/busana), dan pelayanan (paket wisata, pekerja, keuangan, transportasi), produk (cenderamata dll)

Hingga kini, belum ada prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal yang disepakati dan tidak banyak literatur atau praktisi yang mendiskusikan dan memaparkan hal tersebut (El-Gohary,)³⁴ Literatur yang mengangkat hal tersebut dapat dilihat pada Henderson³⁵; Sahida *et al*³⁶; Battour *et al*³⁷; Saad *et al* . Berikut rangkuman prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal dari sumber tersebut:

- ☐ Makanan halal
- ☐ Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol)
- ☐ Tidak menyajikan produk dari babi
- ☐ Tidak ada diskotik
- ☐ Staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita
- ☐ Hiburan yang sesuai
- ☐ Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah gender
- ☐ Pakaian islami untuk seragam staf
- ☐ Tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar
- ☐ Petunjuk kiblat
- ☐ Seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia

³⁴ El-Gohary, H. 2016. Halal Tourism, is it Really Halal?. Tourism Management Perspective. 19: 124-130.

³⁵ Henderson, JC. 2010. Sharia-compliant hotels. Tourism and Hospitality Research. 10(3)

³⁶ Sahida, W., Rahman, SA., Awang, K., dan Man YC. 2011. The Implementation of

³⁷ Battour, M., Ismail, MN, dan Battor, M. 2010. Toward a Halal Tourism Market. Tourism Analysis. 15(4): 461-470.

- Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat
- Keuangan syariah
- Hotel atau perusahaan pariwisata lainnya harus mengikuti prinsip-prinsip zakat

Dari prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal diatas, makanan halal, produk yang tidak mengandung babi, tidak ada minuman keras, ketersediaan fasilitas ruang ibadah, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) dikamar, petunjuk kiblat, dan pakaian staf yang sopan merupakan hal yang penting bagi wisatawan muslim³⁸ Wisata halal harus memperhatikan material dan cara penanganan yang halal dan thoyyib (baik).. Sofyan, menegaskan bahwa definisi wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata halal bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal.

Adapun kriteria umum pariwisata halal adalah;

1. Memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum.
2. Memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan.
3. Menghindari kemusyrikan dan khurafat.
4. Bebas dari maksiat.
5. Menjaga keamanan dan kenyamanan.
6. Menjaga kelestarian lingkungan.
7. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Meningkatnya jumlah peminat untuk pariwisata halal di pengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal yakni: keberagaman sumber daya alam dan jumlah SDM yang banyak, Faktor eksternal meliputi laporan GMTI 2018 tentang destinasi wisata ramah muslim di dunia, penghargaan pariwisata halal dalam World Halal Tourism Awards 2016, dan kunjungan wisatawan.

Sebuah tujuan wisata dapat dikatakan sebagai wisata halal adalah harus memenuhi kebutuhan utama wisatawan muslim, seperti dikutip dari Crescent Rating, selaku perusahaan yang berfokus pada pengembangan wisata halal yang

³⁸ The World Halal Travel Summit, 2015

pernah melakukan studi di 130 negara, menunjukkan 6 kebutuhan pokok wisatawan muslim³⁹, yaitu:

1. Makanan halal. Bebas alkohol, daging babi, dan sejenisnya.
2. Tersedianya fasilitas ibadah
3. Kamar mandi dengan air untuk wudhu.
4. Pelayanan saat bulan Ramadhan, misalnya santapan berbuka dan sahur.
5. Pencantuman label non-halal apabila ada makanan yang tidak halal.
6. Fasilitas rekreasi yang menjaga privasi, tidak bercampur-baur secara bebas.

Global Muslim Travel Index (GMTI) merupakan salah satu acuan yang saat ini dapat dijadikan indikator utama dalam melihat isu-isu terbaru terkait dengan pariwisata halal dan pasar pariwisata halal.

GMTI Wisata Halal



Sumber : GMTI, 2017

1. Pengertian Wisata Halal dalam Al-Qur'an dan Sunnah

Esensi wisata halal adalah wisata yang diperbolehkan oleh Allah SWT karena ada unsur untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Dalil-dalil terkait dengan wisata halal bisa kita lihat dalam Al-Quran dan Hadist.

Surat an-Nisa ayat 100 “*Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan rezeki yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang*”. Surat al-Qurays ayat 2 “*(yaitu) kebiasaan mereka bepergian pada musim dingin dan musim panas*”. Surat al-ankabut “*Katkanlah, berjalanlah di bumi, maka perhatikanlah bagaimana (Allah) memulai penciptaan (mahluk) kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh Allah Mahakuasa atas segala sesuatu*”. Surat al-An'am ayat 11 “

³⁹ Kemenpar, 2018 Desain Strategi dan Rencana Aksi, .Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2018 - 2019 13

Katakanlah (Muhammad), jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu”.

Surat Muhammad ayat 10, *“Maka apakah mereka tidak pernah mengadakan perjalanan di bumi, sehingga dapat memperhatikan bagaimana kesudahan orang-orang sebelum mereka. Allah telah membinasakan mereka, dan bagi orang-orang kafir akan menerima (nasib) yang serupa itu”.* Surat al-Saba’ ayat 18, *“ Dan Kami jadikan antara mereka (penduduk Saba’) dan negeri-negeri yang Kami berkahi (Syam), beberapa negeri yang berdekatan dan Kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di negeri-negeri itu pada malam dan siang hari dengan aman”.*

Tajzadeh Namin A.A., melakukan review tentang wisata syari’ah yang bersumber dari al-Qur’an. Wisata syari’ah ini memiliki arti: *studying the life of the people of the past (QS. 3: 137); studying the destiny of the people of the past (QS.30:42); studying how prophets were raised (QS. 16: 36); studying the life of evildoers (QS. 6:11); thinking about the creation; thinking about what happened to wrongdoers; visiting safe and prosperous towns (QS. 34: 11); the Holy Quran calls people to travel and to learn lessons from what happened to the infidels and deniers of divine signs; in general, it can be said that traveling helps people achieve theoretical and practical explanations and to reaffirm their faiths in the resurrection day. Traveling helps people learn from the past and prevents tyranny and oppression; and travelling improves sight, hearing, and inner knowledge and rescue people from inactivity and inanition.*⁴⁰

Sementara untuk dalil terkait dengan wisata halal juga bisa ditemukan dalam beberapa hadist diantaranya adalah sahih al-Bukhari: Vol.4 buku 52, hadist 239, *“ I heard Abu Burda who accompanied Yazid bin Abi Kabsha on a journey. Yazid used to observe fasting on journeys. Abu Burda said to him, “I heard Abu Musa several times saying that Allah’s Apostle said, When a slave falls ill or travels, then he will get reward similar to that he gets for good deeds practiced at home when in good health.”* Sahih al-Bukhari: Vol.6, buku 60, hadist 4, *“You shall surely travel from stage to stage (in this life and in the Hereafter) (It means) from one state to another. That concerns your Prophet.”* Sahih al-bukhari : Vol.2, buku 20, hadist 186,” *once stayed for nineteen days and prayed shortened prayers. So when we travel led (and stayed) for nineteen days, we used to shorten the prayer but if we traveled (and stayed) for a longer period we used to offer the full prayer.”* Sahih al-Bukhari: Vol.2, buku 16, hadist 11, *““used to offer (Nawafil) prayers on his Rahila (mount) facing its direction by signals, but not the compulsory prayer. He also used to pray witr on his (mount) Rahila.”*

Kesimpulan yang bisa diambil dari beberapa dalil yang ada dalam al-Quran dan hadist tersebut telah memberikan gambaran kepada kita bahwa wisata halal merupakan sebuah alternatif wisata yang tidak hanya bersifat menghibur tetapi

⁴⁰Tajzadeh, N.A. Value creation in tourism: An Islamic approach. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(5).1252-1264. (2013).

juga memiliki esensi mendekatkan diri kepada Allah SWT agar kita selalu dalam perlindungan-Nya baik di dunia maupun di akherat.

Perlu dicatat bahwa kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku umum, yaitu halal. Pariwisata Islam atau wisata dalam Islam berfokus pada isu-isu seperti keterlibatan (Muslim), tempat (tujuan Islam), produk (daerah tempat tinggal, makanan, dan minuman), dimensi (ekonomi, budaya, agama, dll.), dan pengelolaan proses pelayanan (pemasaran dan isu-isu etis). Motivasi dan niat yang sangat penting dalam Islam, karena mereka terkait dengan sikap dan tujuan mereka. Dibeberapa negara, seperti Malaysia, Indonesia dan Brunei, istilah wisata religi⁴¹.

2. Konsep Wisata Halal

Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke-Islaman yakni nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utamanya. Konsep wisata halal adalah sebuah kebutuhan. Indonesia yang mayoritas muslim, tentu tidak relevan bila konsep pariwisatanya mengacu pada budaya barat. Apalagi trend wisata, kini sangat dinamis.

Sebagian orang beranggapan bahwa konsep wisata halal benar-benar murni dijalankan atas niat untuk menegakkan nilai-nilai Islam dan sebuah destinasi wisata sudah ditetapkan sebagai objek wisata halal. Wisata halal di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 2012 yang lalu, menurut Sapta Nirwandar yang dikutip oleh Jonru⁴² mengatakan bahwa wisata halal adalah sebuah extended service. Jika sebuah destinasi ditetapkan sebagai daerah wisata halal, maka yang diharapkan adalah makin banyak hotel berkonsep syariah, makanan halal, dan sebagainya di tempat tersebut. Dengan demikian, para wisatawan muslim yang berkunjung ke sana akan merasa lebih nyaman dan tenteram.

Konsep wisata halal hanya sebuah pilihan, sama sekali tidak bermaksud memaksa semua hotel, restoran, dan sebagainya untuk berkonsep syariah. Saat ini, sudah ada beberapa negara yang menerapkan konsep wisata halal, seperti Malaysia, Thailand, Korea Selatan, Taiwan, dan Jepang.

⁴¹Wuryasti, F, Wisata halal, konsep baru kegiatan wisata di Indonesia, Retrieved from travel.detik.com/read/2013/10/30/152010/2399509/1382/, 2013.

⁴²Sapta Nirwandar (2015), Penasihat Kehormatan Menteri Pariwisata: Potensi Wisata halal Kita Sangat Besar Wednesday, 1 October 2015, di download dari jonru.com pada bulan April 2016.

Konsep wisata halal yang ideal, ada dua hal yang harus dipahami, yaitu:

1. Modal awal membangun industri pariwisata Islami adalah kebudayaan Islam yang tumbuh dan berkembang di Indonesia Semua budaya dan adat istiadat itu berjalan beriringan dengan budaya Islam. Inilah yang membuat suku-suku di Indonesia memiliki budaya yang unik dan majemuk sebagai hasil percampuran elemen Cina, Arab, Portugis, dan Belanda.⁴³
2. Pada awalnya kita harus membangun paradigma bahwa dalam konsep wisata halal tidak ada perubahan apapun tentang destinasi wisata. Poin pembedanya disini adalah kenyamanan dalam beribadah, kemudahan mendapatkan produk pangan halal, serta lingkungan yang syar'i dan bebas maksiat baik dari pelayanan, fasilitas penunjang, lingkungan hotel, spa hingga restoran.

3. Karakteristik Wisata Halal

Wisata halal bisa dikatakan hanya melengkapi wisata konvensional yang telah ada, posisi wisata halal adalah semacam alternatif bagi wisatawan Islam yang ingin mendapatkan tidak hanya kebutuhan wisata, tetapi juga kebutuhan spiritual. Wisata halal, tidak hanya untuk wisatawan muslim saja, tetapi wisatawan non-muslim juga diperbolehkan untuk menikmati wisata halal. Dalam konteks perkembangan pariwisata halal, kita bisa telusuri bahwa perkembangan wisata halal tidak bisa dilepaskan dari wisata religi, wisata syariah dan kemudian berkembang menjadi wisata halal

Wisata religi merupakan wisata tertua dalam dunia pariwisata (*the oldest tourism in world*). Wisata ini telah ada sebelum perkembangan pariwisata itu sendiri. Wisata religi termasuk didalamnya adalah wisata ziarah ke tempat-tempat suci yang disakralkan oleh penganut agama. Artinya bahwa kegiatan ziarah sudah dilakukan oleh banyak orang untuk mengenang kembali ketokohan atau karya yang ditinggalkannya. Ziarah (*pilgrimage*) bisa diartikan sebagai *a trip to a place considered sacred owing to a special influence of God therein* (Ostrowski, 2000). Menurut Ostrowski, orang melakukan ziarah lebih menekankan aspek motif agama dan untuk menunjukkan tindakan agama yang spesifik yang terkait dengan *piety and penance*.

⁴³Maul. 2014. Sinergisitas Antar Masjid Sebagai Poros Wisata halal di Jakarta. jakarta.kompasiana.com

Sementara wisata syariah berdasarkan pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Sementara Kementerian Pariwisata Indonesia pada tahun 2012, mendefinisikan wisata syariah sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Untuk mengembangkan wisata syariah, Kemenparekraf menggandeng beberapa pihak yakni Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU), sama seperti wisata halal. Selanjutnya wisata halal, penggunaan konsep wisata halal (*halal tourism*) memiliki berbagai ragam, wisata Islam (*Islamic tourism*), destinasi wisata ramah halal (*halal friendly tourism destination*), perjalanan halal (*halal travel*), destinasi perjalanan ramah Muslim (*Muslim-friendly travel destination*), dan gaya hidup halal (*halal lifestyle*).

Dengan tujuan memberi kenyamanan untuk bersyariah. Dr. Ngatawi Al-Zastrow menyimpulkan beberapa pengertian wisata halal, dan perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata halal :⁴⁴

Tabel 2.1
Perbedaan Antara Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata halal

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1	Objek	Alam, Budaya, Heritage, Kuliner	Tempat ibadah, Peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spirit religiusitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan.	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa, semata-mata mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesadaran serta menumbuhkan kesadaran beragama

⁴⁴Ngatawi, Al-Zastrow, *Gerakan Islam Simbolik: Politik Kepentingan FPI*. Yogyakarta: LkiS, 2012.

4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan wisatawan, mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer semata-mata mengejar keuntungan	Interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperlihatkan waktu

Sumber: Dr. Ngatawi Al-Zastrow, 2012

Menurut Chukaew dalam Hery Sucipto dan Fitria Andayani, terdapat delapan karakteristik wisata halal yaitu :⁴⁵

- Pelayanan wisatawan harus sesuai dengan prinsip secara keseluruhan
- Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
- Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
- Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam
- Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
- Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem produksi
- Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan
- Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata halal yang dijabarkan Chukaew, terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang pariwisata halal⁴⁶:

- Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata.
- Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.⁴⁷
- Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3. Segi kehalalan di sini baik

⁴⁵Ckookaew, S, "Increasing Halal Tourism Potensial at Andaman Gulf", Journal of Economics, Business and Management, Vol.3 No.7, 2015.

⁴⁶Chookaew, S., chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in..Journal of Economics, Business and Management, III (7), 277-279, (2015).

⁴⁷Utomo, Christiono. Analisis Highets dan Best Use (HBU)pada Lahan Jl. Gubeng Raya No.54 Surabaya, Jurnal Teknik Pomits Vol.2, C6-C10, 2013.

- dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya.
- d. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Rosenberg dalam Sahida, pelayanan di sini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah⁴⁸.

4. Regulasi Berkaitan Dengan Wisata Halal

Regulasi tentang pariwisata halal memang belum dimiliki pemerintah RI hingga kini, namun beberapa regulasi berkaitan dengan wisata halal antara lain:

a. Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 108 Tahun 2016 tentang . Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

Dalam Jurnal Halal LPPOM MUI,⁴⁹ adapun pihak-pihak dalam penyelenggaraan Pariwisata halal terdiri dari wisatawan : Biro Perjalanan Wisata halal (BPWS) : pengusaha pariwisata, hotel syariah, pemandu wisata dan terapi.

Ketentuan-ketentuan antara lain:

1) Ketentuan Terkait Hotel Syariah

- Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan atau tindak asusila;
- Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;
- Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;
- Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- Hotel syariah wajib menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dalam melakukan pelayanan.

2) Ketentuan Bagi Wisatawan

- Berpegang teguh pada prinsip – prinsip syariah dengan menghindarkan diri dari syirik, maksiat, munkar, dan kerusakan.
- Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata

⁴⁸ Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C, The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma. *2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*.17, pp. 138-142. Singapore: IACSIT Press, 2009.

⁴⁹ Jurnal Halal, “Wisata halal, Sampai dimana?”, LPPOM MUI, No. 126 I Juli-Agustus TH. XX 2017.

- Menjaga akhlak mulia;
- Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip – prinsip syariah;

3) Ketentuan Terkait Destinasi Wisata

- Mewujudkan kemaslahatan umum;
- Pencerahan, penyegaran dan penenangan;
- Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan;
- Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif;
- Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan;
- Menghormati nilai – nilai social budaya dan kearifan local yang tidak melanggar prinsip syariah
- Wajib memiliki fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah;
- Wajib menyediakan makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI
- Destinasi wisata wajib terhindar dari kemusyrikan dan khurafat, maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi; serta pertunjukan seni dan budaya dan atraksi yang bertentangan dengan syariah.

4) Ketentuan Terkait Spa, Sauna dan Massage

- Menggunakan bahan yang halal dan tidak najis yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI;
- Terhindar dari pornoaksi dan pornografi;
- Terjaganya kehormatan wisatawan;
- Terapis laki – laki hanya boleh melakukan spa, sauna, dan massage kepada wisatawan laki laki; dan terapid wanita hanya boleh melakukan spa, sauna, dan massage kepada wisatawan wanita;
- Tersedia sarana yang memudahkan untuk melakukan ibadah.

5) Ketentuan Bagi Biro Perjalanan Wisata halal

- Menyelenggarakan paket wisata yang sesuai dengan prinsip – prinsip syariah;
- Memiliki daftar akomodasi dan destinasi wisata yang sesuai dengan prinsip – prinsip syariah;
- Memiliki daftar penyedia makanan dan minuman halal yang memiliki sertifikat Halal MUI;
- Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan jasa wisata, baik bank, asuransi, lembaga pembiayaan, lembaga penjaminan, maupun dana pension;
- Mengelola dana dan investasinya wajib sesuai dengan prinsip syariah;
- Wajib memiliki panduan wisata yang dapat mencegah terjadinya tindakan syirik, khurafat, maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi;

6) Ketentuan Bagi Pemandu Wisata halal

- Memahami dan mampu melaksanakan nilai – nilai syariah dalam menjalankan tugas; terutama yang berkaitan dengan fikih pariwisata;
- Berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggungjawab;
- Memiliki kompetensi kerja sesuai standart profesi yang berlaku yang dibuktikan dengan sertifikat;
- Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.

b. Kemenpar dan MUI UU RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Dalam menerapkan wisata halal di Indonesia yang dilauncing tahun 2014, Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) menentukan standar halal bagi produk-produk pariwisata. MUI dan Kemenpar menjamin, sertifikasi halal ini tidak hanya bisa dimanfaatkan oleh wisatawan Muslim. Tetapi wisatawan non muslim pun bisa memanfaatkannya. Di dalam UU RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang terdiri dari 11 bab dan 68 pasal telah dijelaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH). Dan akan dikenakan pidana sesuai pasal 56 bagi Pelaku Usaha yang tidak menjaga kehalalan Produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal, Dasar hukum diberlakukannya sertifikasi halal adalah hanya bersumber dari ketentuan syariat (*al-hukm asy-syar'i*). Untuk menjamin pemberlakuan ketentuan syariah ini terkait hukum halal haram, diperlukan regulasi yang bersifat procedural (*al-hukm al-ijrai*). Adapun dasar hukum berlakunya sertifikasi halal dalam QS. An-Nahl: 114, adalah sebagai berikut :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ عِبَادًا

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (Q.S An-Nahl: 114).⁵⁰

- 1) **Sertifikat halal** adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat atau Propinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Pemegang otoritas menerbitkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM). Sertifikasi Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang

⁵⁰Q.S An-Nahl: 114.

menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk.

Fungsi sertifikasi halal bagi konsumen, :

- a. Terlindunginya konsumen muslim dari mengonsumsi pangan, obat-obatan dan kosmetika yang tidak halal;
- b. Secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang;
- c. Mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram;
- d. Akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum.

Bagi produsen, sertifikat halal mempunyai beberapa peran penting :

- a. Sebagai pertanggung jawaban produsen kepada konsumen muslim, mengingat masalah halal merupakan bagian dari prinsip hidup muslim;
- b. Meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen;
- c. Meningkatkan citra dan daya saing perusahaan;
- d. Sebagai alat pemasaran serta untuk memperluas area jaringan pemasaran;
- e. Memberi keuntungan pada produsen dengan meningkatkan daya saing dan omzet produksi dan penjualan.

2) LP POM MUI dan BPJPH

Negara Republik Indonesia merupakan Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Indonesia hanya memiliki satu buah lembaga saja untuk mengurus Sertifikasi Halal ini. Agar tidak terulang kembali tuntutan dan protes masyarakat di masa mendatang, maka Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah lembaga khusus untuk mengkaji pangan, obat, dan kosmetika (LP POM).⁵¹

Tanggal 6 Januari 1989 bertepatan dengan 28 Jumadil awal 1409 H melalui SK No : Kep 018/MUI/I/1989 tentang pembentukan lembaga pengkajian pangan obat-obat dan kosmetik, MUI maka terbentuklah LP-POM MUI seperti dikenal dewasa ini tugas sebagai berikut :

- Mengkaji dan menyusun konsep-konsep dalam upaya yang berkaitan

⁵¹Ali Mustafa Yaqub, *Kriteria Halal Haram (untuk pangan obat dan kosmetika menurut Al-Qur'an dan Hadis)*, Jakarta : PT. Pustaka Firdaus, 2009, h. 256.

dengan memproduksi, memperjualbelikan dan menggunakan makanan, obat-obatan dan kosmetik sesuai dengan ajaran islam

- Mengkaji dan menyusun konsep-konsep yang berkaitan dengan peraturan-peraturan yang mengenai penyelenggaraan rumah makan, restoran, perhotelan, hidangan dalam pelayaran dan penerbangan, pemotongan hewan serta penggunaan berbagai jenis bahan bagi pengolahan pangan.

Tertanggal 17 Oktober 2019 lalu, proses pengurusan sertifikasi halal resmi beralih ke Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Beralihnya fungsi sertifikasi halal yang sebelumnya berada di Lembaga Pengkajian Pangan Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) adalah amanat dari UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Setelah melihat banyaknya hambatan pelaksanaan sertifikasi halal di bawah BPJPH, Kementerian Agama (Kemenag) akhirnya mengeluarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 982 Tahun 2019 tentang Layanan Sertifikasi Halal. Aturan ini diterbitkan oleh Kemenag sebagai bentuk diskresi untuk melaksanakan UU JPH. KMA itu berisi delapan poin yang pada intinya mendistribusikan tugas dan wewenang BPJPH tentang pemeriksaan dan pengujian kehalalan produk. Jika merujuk pada UU JPH, BPJPH bertugas untuk membentuk 57 Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), namun sayangnya hingga hari ini LPH yang dimaksud belum tersedia. Sehingga, Kemenag memutuskan untuk mengembalikan kewenangan tersebut kepada LPPOM MUI⁵². Kini LPPOM MUI telah melakukan Pengembangan Sertifikasi berbasis online atau Cerol dan kini Cerol-SS23000 terus dilakukan hingga ke Provinsi yang merupakan perpanjangan tangan LPPOM MUI pusat. Progresnya pun cukup pesat, pada tahun 2018, LPPOM MUI Provinsi yang menerapkan sistem sertifikasi halal online ini mencapai enam provinsi, dan pada tahun 2019 ini tercatat ada 15 provinsi⁵³.

Sistem sertifikasi halal secara online (Cerol-SS23000), telah diluncurkan sejak 24 Mei 2012 silam, dimaksudkan untuk memberikan layanan

⁵² Fitri Novia Heriani, BPJPH Belum Siap, Sertifikasi Halal Dikembalikan ke LPPOM MUI, Hukum Online.com, 26 Desember 2019

⁵³ Direktur LPPOM MUI, Dr. Lukmanul Hakim, M.Si., halalmui.org,

pendaftaran sertifikasi halal yang efektif, efisien dan akuntabel dan sangat membantu bagi para pelaku usaha baik perusahaan maupun UMKM.

LPPOM MUI kini telah bekerjasama dengan Indonesia Halal Training and Education Center (IHATEC) mengadakan pelatihan tentang Cerol-SSS23000 ini, hingga akhirnya banyak perusahaan yang mengimplementasikan sistem tersebut.. Cerol-SS23000 pada tahun 2019 telah mencatat capaian sebagai berikut:

- Jumlah perusahaan bersertifikat halal sebanyak 15.335 perusahaan (57.536 perusahaan jika ditotalkan dengan data non-cerol periode 2012 - Q1 2019)
 - Jumlah sertifikat halal sebanyak 25.772 sertifikat (66.688 buah jika ditotalkan dengan data non-cerol periode 2012 - Q1 2019)
 - Jumlah produk yang disertifikasi sebanyak 551.027 produk (740.168 produk jika ditotalkan dengan data non-cerol periode 2012 - Q1 2019)
 - Rata-rata lama proses sertifikasi berkurang cukup signifikan dari 41 hari (pada Mei 2018) menjadi 39 hari pada Mei 2019 ini
 - Saat ini sistem sertifikasi halal Cerol-SS23000 ini telah diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di 56 negara yang mengajukan sertifikasi halal MUI
- c. Walaupun belum memiliki peraturan tentang wisata halal, namun usaha wisata halal sudah dikukuhkan dengan adanya nota kesepahaman antara Kemenparekraf dengan DSN- MUI No. 11/ KS. 001/W.PEK/2012 dan No. B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah. Landasan hukum tentang wisata syariah atau wisata halal antara lain;
1. UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Yang menjelaskan bahwa pembangunan Pariwisata disusun berdasarkan rencana induk pengembangan Pariwisata Nasional. Usaha Pariwisata harus memiliki Standar Usaha. Tenaga Kerja di Bidang Pariwisata harus memiliki Standar Kompetensi
 2. PP No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembanagan Pariwisata Nasional mencakup Kelembagaan, Pemasaran, Industri Pariwisata, dan Destinasi Pariwisata Indonesia.
 3. PP No 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi

Usaha di Bidang Pariwisata. Permen Parekraf No. 1 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata.⁵⁴ Permen Parekraf No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan dan Sertifikasi Usaha Hotel Syariah.⁵⁴ Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Pemberlakuan Wajib Sertifikasi Kompetensi Di Bidang Pariwisata Menyikapi hal itu Staf Ahli Kemenpar Pariwisata I Gusti Putu Laksaguna mengatakan: “ Industri Pariwisata wajib memiliki sertifikasi kompetensi untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat”⁵⁵ I Gusti juga mengatakan: “Sertifikasi Kompetensi akan menentukan kualitas bahkan profesionalitas layanan,”⁵⁶ Hal ini sejalan dengan UU Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 2 yang menyatakan sertifikasi kompetensi itu wajib, sebab menyangkut SDM. Menurut Surono, Pelaksanaan sertifikasi kompetensi di bidang pariwisata dilakukan oleh LSP bidang pariwisata, yang dilaksanakan pada saat proses, hasil pembelajaran atau hasil pengalaman kerja pada usaha pariwisata.⁵⁷ Sertifikasi di bidang pariwisata bertujuan untuk memberikan pengakuan terhadap kompetensi tenaga kerja dan sekaligus meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja.⁵⁸ Dalam bidang Pariwisata, yang perlu disertifikasi adalah perhotelan, restoran, perusahaan jasa travel, dan pemandu wisata.

d. Peraturan Daerah

Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 20 Tentang Pariwisata Halal, Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisataaan, Perda Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisataaan Budaya Bali Peraturan Daerah adalah Peraturan Perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dengan persetujuan bersama Kepala Daerah (gubernur atau bupati/wali kota). Peraturan Daerah terdiri atas: Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota

⁵⁴ Fatwa DSN MUI “*Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah*”, Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, 1 Oktober 2016. tafsirq.com, 15 Mei 2018

⁵⁵ WE Online /Ant (2018) Kemenpar: *Industri Pariwisata Wajib Memiliki Sertifikasi Kompetensi*

⁵⁶ WE Online /Ant (2018) Kemenpar: *Industri Pariwisata Wajib Memiliki Sertifikasi Kompetensi*

⁵⁷ Surono, “Kebijakan Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional dalam Menghadapi AEC”, diakses dari webcache.googleusercontent.com, pada tanggal 24 April 2016, pukul 10.25.

⁵⁸ Sapta Nirwandar, op. cit., 2013

C. Potensi Wisata Halal

Menurut Sujali dalam Asmoro, potensi dapat diartikan perubahan bentuk permukaan bumi yang ditimbulkan oleh proses alam yaitu tenaga endogen, misalnya pegunungan, danau, sungai atau bentuk lain⁵⁹. Suatu tempat dapat menjadi suatu obyek wisata harus mempunyai suatu potensi ekologis yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Potensi tersebut dapat berupa kenampakan alam alami yang dimiliki oleh tempat tersebut, dalam hal ini *stakeholder* yang bertanggung jawab terhadap obyek wisata tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi potensi wisata tersebut diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kondisi fisis, Aspek fisis yang berpengaruh terhadap wisata berupa iklim, tanah, batuan dan morfologi, hidrosfer, flora dan fauna.
2. Atraksi dan obyek wisata, Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah, misal adalah tarian, nyayian, kesenian daerah, upacara adat dan lain-lain.
3. Aksesibilitas, Aksesibilitas berkaitan dengan usaha pencapaian tempat wisata. Semakin mudah tempat tersebut dicapai maka akan menambah minat wisatawan untuk berkunjung.
4. Pemilikan dan penggunaan lahan, Variasi pemilikan dan penguasaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata, bentuk pengembangannya, serta juga bisa mempengaruhi arah pengembangannya. Bentuk penguasaan lahan antara lain lahan negara atau pemerintah, lahan masyarakat dan lahan pribadi.
5. Sarana dan prasarana wisata . Sarana wisata berupa transportasi, biro perjalanan wisata, hotel atau penginapan dan rumah makan. Prasarana wisata berupa prasarana perhubungan, komunikasi, instalasi listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, sistem perbankan dan pelayanan kesehatan⁶⁰.
6. Masyarakat. Pemerintah melalui instansi-instansi terkait telah menyelenggarakan penyuluhan kepada masyarakat dalam bentuk bina masyarakat sadar wisata⁶¹.

Menurut Majdi, Potensi adalah kemampuan yang mempunyai

⁵⁹ Achmadi, Asmoro. 2011. *Filsafat Umum*. Jakarta : Rajawali Pers.

⁶⁰ Yoeti, Oka A. 1979. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.

⁶¹ Gamal, Suwanto. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI

kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, daya. Intinya, secara sederhana, potensi adalah sesuatu yang bisa kita kembangkan.⁶² Sementara itu Potensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan.⁶³

1. Potensi Wisata Halal di Dunia

Potensi pasar pariwisata halal makin prospektif karena jumlah pendapatan yang didapatkan dari wisatawan muslim terbilang tinggi. Rata-rata kaum muslim yang ada di Asia, Amerika, dan Eropa merupakan kalangan kelas menengah. Mereka adalah pasar yang pas untuk dibidik oleh pelaku usaha karena daya beli mereka terus naik. Oleh karena itu, saat ini banyak negara, baik negara Muslim maupun non-Muslim, berlomba-lomba untuk menawarkan konsep pariwisata halal. Sebagai contoh, Gangwon Korea Selatan siap menjadi destinasi wisata halal dengan menyediakan paket wisata halal dan fasilitas yang mendukung bagi wisatawan Muslim.⁶⁴

Dapat disimpulkan bahwa di Asia, rata-rata telah menerapkan wisata islami di negaranya, yaitu Malaysia yang juga telah membentuk *Islamic Tourism Center* pada tahun 2009.⁶⁵ Bukan hanya Malaysia, negara yang bukan mayoritas beragama Islam pun ikut menggarap wisata halal untuk meraup pangsa pasar wisatawan muslim, seperti Rusia, China, Thailand, Jepang, Australia yang justru bukan Negara dengan penduduk mayoritas Islam.⁶⁶ Mereka berhasil unggul dalam sektor pariwisata halal. Singapura juga memiliki *Crescent Rating Halal Friendly Travel and Tourism Company*, yang menawarkan jasa *management*, *consultancy*, dan *training*. Lembaga ini juga memberikan peringkat *halal friendly* di seluruh ektor pariwisata di berbagai negara. Untuk melihat negara mana yang menjadi incaran wisatawan muslim di dunia, dapat kita lihat dari tabel berikut :

⁶²Majdi, Udo Yamin Efendi, "Potensi Diri", diakses dari solusitesis.com, Jakarta: Qultum Media, pada tanggal 08 Juni 2016, pukul 13.10.

⁶³Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Balai Pustaka, 1989, cet. 2 hlm. 697.

⁶⁴Winda Destiana Putri, "Gangwon Korea Selatan siap jadi Destinasi Wisata Halal", diakses dari gayahidup.republika.co.id, pada tanggal 06 September 2016, pukul 20.10.

⁶⁵Sofyan, "Dasar-dasar metodologi penelitian klinis", Jakarta : Sagung Seto, 2011, h. 25.

⁶⁶Riyanto, Sofyan., B.S.E.E., MBA, "Bisnis Syariah Mengapa tidak?", (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.25.

Tabel 2.2
Besar negara tujuan wisatawan muslim :

Peringkat	Destinasi OIC	Peringkat	Destinasi OIC
1	Malaysia	6	Indonesia
2	Turki	7	Oman
3	UEA	8	Jordania
4	Saudi Arabia	9	Maroko
5	Qatar	10	Brunei

Sumber: CrescenRating, GMTI Report 2015

Di Asia, Malaysia masih memimpin di peringkat pertama GMTI 2016, ini merupakan kali ke enam bagi Malaysia untuk menduduki peringkat pertama destinasi wisata halal sejak diluncurkannya *Crescent Rating* (sebelum bekerjasama dengan MasterCards) tahun 2011 yang lalu. Malaysia mampu secara konsisten memberikan fasilitas dan pelayanan untuk wisatawan muslim melingkupi 3 kriteria utama dalam penilaian GMTI 2016, yaitu destinasi yang aman dan ramah untuk aktifitas liburan keluarga, fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim dan pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata halal.

Perkembangan terkini dapat dilihat pada laporan Mastercard bersama dengan Crescentrating yang mengeluarkan laporan terbaru terkait pasar *traveling* umat Muslim. Pada 2020, pasar pebisnis Muslim pun diperkirakan akan senilai 22 miliar dolar AS. Angka tersebut merepresentasikan 10 persen dari proyeksi pengeluaran wisatawan Muslim pada 2020 yang akan mencapai 220 miliar dolar AS. Asia dan Eropa menjadi yang terdepan dalam menarik minat wisatawan Muslim, yaitu sekira 87 persen. Vice President Consumer Products South East Asia Mastercard Aisha Islam menuturkan, pasar perjalanan bisnis Muslim diperkirakan akan terus tumbuh dalam beberapa tahun mendatang.

Laporan ini mengungkapkan bahwa 38 persen pebisnis Muslim menghabiskan dana antara 2000-5000 dolar AS per perjalanan, dengan 44 persen mengeluarkan dana kurang dari 2000 dolar AS. Laporan bertajuk Muslim Business Traveler Insights 2016 diluncurkan di ajang Halal in Travel–Asia Summit 2016.⁶⁷ Secara keseluruhan laporan tersebut memuat preferensi dan

⁶⁷Yogie Respati, “tentang Pasar Perjalanan Pebisnis Muslim Capai 22 Miliar USD, Mastercard-CrescentRating Muslim Business Traveler Insights October 2016” diakses dari mysharing.co, pada tanggal 27 Desember 2016

perilaku pebisnis Muslim di seluruh dunia termasuk Asia Pasifik, Afrika, Eropa dan Amerika Serikat, yang dibuat berdasar pada survei online dan wawancara dengan 250 pebisnis muslim yang rutin melakukan perjalanan bisnis. Mereka berasal dari Malaysia, Singapura, Amerika Serikat, Afrika Selatan, Qatar, Sri Lanka, Inggris, India, Kanada, Australia, Jerman, Denmark dan Pakistan.

Survei Thomson Reuters dan Dinar Standard menunjukkan belanja masyarakat muslim dunia, selain haji dan umrah yang mencapai 137 miliar dolar AS pada tahun 2012. Diproyeksikan akan mencapai 181 miliar dolar ditahun 2018. Angka ini menggambarkan besarnya potensi wisata halal.⁶⁸Faktor pendukung utamanya adalah penduduk Indonesia yang mayoritas muslim dengan beragam budayanya. Keragaman budaya, dari melayu, jawa, bugis, sunda, sasak, dan lain sebagainya semuanya mempunyai agama mayoritas yang sama yaitu islam. Hal ini tentu harus dioptimalkan guna meningkatkan share wisata halal Indonesia di tingkat internasional. Semakin tumbuhnya kelas menengah Indonesia yang disinyalir kian meningkat akan berdampak pada tingkat konsumsi secara signifikan, khususnya dari kelas menengah untuk membelanjakan uangnya terutama di sektor-sektor konsumtif seperti makanan, fashion dan gaya hidup lainnya.

2. Potensi Wisata Halal Indonesia

Lembaga riset dan sertifikasi halal, CrescenRating telah merilis 10 destinasi wisata halal favorit di Indonesia selama kuartal I/2019 ini. Daftar destinasi favorit ini tercatat dalam Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019. Kesepuluh destinasi unggulan berdasarkan IMTI 2019 yakni Lombok di Nusa Tenggara Barat, Aceh, Jakarta, Sumatera Barat, Yogyakarta, Jawa Barat, Kepulauan Riau, Malang Raya di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Makassar di Sulawesi Selatan. Adapun Lombok memiliki nilai skor tertinggi mencapai 70 mengungguli 10 destinasi lain di Tanah Air.

Chief Executive Officer Crescen Rating, Fazal Bahardeen, menuturkan pariwisata halal di Indonesia memiliki kesempatan baru di sektor pariwisata untuk menggaet wisatawan muslim dari dunia dan memperluas perkembangan ekonominya. Populasi muslim yang besar membuat potensi wisata halal sangat prospektif untuk terus dikembangkan. Terlebih keunggulan objek wisata seperti

⁶⁸*State of The Global Islamic Economy 2013 Report*, Thomson Reuters 2013.

pantai, keragaman budaya, hingga infrastruktur dasar⁶⁹.

Berdasarkan data dari CIA World Factbook tahun 2015, Indonesia merupakan Negara ke 4 dengan populasi terbanyak di dunia sekitar 255.993.674 juta jiwa dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia (3,5% dari jumlah penduduk dunia). Jumlah ini diperkirakan adalah sekitar 14,3% dari total jumlah penduduk muslim dunia, diikuti oleh India, Pakistan, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Algeria, dan Maroko sebagai 10 negara dengan populasi Muslim terbesar. Selain itu, Indonesia sudah mempunyai modal dasar yang lebih baik dibanding negara lain dengan populasi muslim terbesar di dunia, sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim.

Dalam laporan kompas.com, Kementerian Pariwisata (Kemenpar) telah mengambil bagian untuk kedua kalinya (Asisten Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran I Kemenpar Rizki Handayan) dalam pameran Malaysia International Halal Showcase (Mihas) 2019, dengan fokus melakukan branding dan selling dan mempromosikan wisata halal Indonesia. Sekaligus, mempertahankan eksistensi pariwisata Indonesia di dunia, khususnya kawasan Asia Tenggara.⁷⁰ Hal ini menjadi salah satu pemicu peningkatan yang signifikan bagi Indonesia dalam kategori negara yang dikunjungi versi standar GMTI.

Keunggulan komparatif Indonesia sangat besar, dimulai dari letak geografisnya di khatulistiwa. Keindahan alam terbentang dari pegunungan hingga pesisir pantai, keragaman budaya, dari melayu, jawa, bugis, sunda, sasak, dan lain sebagainya. Konsumsi yang dihabiskan wisatawan muslim di Indonesia semakin meningkat, dari data pada 2011 mencapai 126 miliar dolar AS atau 1.227,9 triliun, angka ini lebih besar dari uang yang dikeluarkan oleh wisatawan Cina, AS atau Jerman. UNWTO memperkirakan jumlah tersebut merupakan 12,3% dari total belanja wisatawan secara global di tahun 2011. Sedangkan penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara muslim ke Indonesia pada tahun 2011 diperkirakan sebesar \$1,6 milyar dari total \$8,5 milyar, Yuniawati, Yeni, dalam Jurnal yang

⁶⁹ Chief Executive Officer Crescen Rating, Fazal Bahardeen, Ini Dia, 10 Destinasi Wisata Halal Terfavorit di Indonesia, Bisni. Tempo.Co Rahma Tri, Selasa, 9 April 2019

⁷⁰ Kompas.com. 2019 kemenpar-promosikan-wisata-halal

berjudul *Manajemen Resort dan Leisure*.⁷¹ Indonesia telah beberapa kali memperoleh penghargaan tingkat dunia. Adapun penghargaan yang diterima Indonesia adalah sebagai berikut⁷²:

- a. World's Best Airport for Halal Travellers (Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh)
- b. World's Best Airline for Halal Travellers (Garuda Indonesia)
- c. World's Best Family Friendly Hotel (The Rhadana Kuta, Bali)
- d. World's Most Luxurious Family Friendly Hotel (The Trans Luxury Bandung)
- e. World's Best Halal Beach Resort (Novotel Lombok Resort and Villas)
- f. World's Best Halal Tour Operator (ERO Tours Sumatera Barat)
- g. World's Best Halal Travel Website (www.wonderfullomboksumbawa.com)
- h. World's Best Halal Honeymoon Destination (Sembalun Valley Region, Nusa Tenggara Barat)
- i. World's Best Hajj & Umrah Operator (ESQ Tours and Travel)
- j. World's Best Halal Destination (Sumatera Barat)
- k. World's Best Halal Culinary (Sumatera Barat)
- l. World's Best Halal Cultural Destination (Aceh)

Penghargaan ini menjadi salah satu tolak ukur bagi industri pariwisata halal dunia. Menurut Arief Yahya, menteri pariwisata, mengatakan kemenangan dalam penghargaan World Halal Tourism Awards ini penting. Sebagai salah satu bentuk penerapan rumus 3C, yakni *calibration*, *confidence*, dan *credibility*. Kemenangan yang akan meningkatkan self confidence, rasa percaya diri bangsa Indonesia, dan meningkatkan kredibilitas bangsa Indonesia di mata dunia.

Sementara itu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membentuk Kelompok Kerja (Pokja) yang terdiri dari Industri Pariwisata, Akademisi, dan lain lain; dalam upaya mengembangkan dan mempromosikan Wisata halal di Indonesia, dan melakukan serangkaian program yang antara lain diskusi dengan para pendidik, ulama, dan industri pariwisata, peninjauan lapangan ke daerah dan

⁷¹Yuniawati, Yeni, *Pariwisata Dalam Bingkai Syariah*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure UPI, Vol. 10, No. 2 : Bandung, 2013.

⁷²Yunaidi, "Indonesia Raih 12 Penghargaan Bergengsi di Ajang The World Halal Tourism Awards 2016", diakses dari (National Geographic Indonesia2016/Desember/7 23:11, pada tanggal 28 Desember 2016, pukul.10.26

studi ke negara-negara yang sudah berkembang Wisata halal nya. Hasil akhir dari program ini mencakup :

- a. Dari sisi Produk, Kemenparekraf menyiapkan standarisasi usaha Wisata halal (Hotel, Restoran, Spa, Biro Perjalanan Wisata, dan lain-lain).
- b. Dari sisi SDM, Kemenparekraf akan bekerja sama dengan beberapa pihak, antara lain dengan universitas-universitas, dalam rangka menyiapkan SDM yang memenuhi kebutuhan industri Wisata halal (sertifikasi), seperti guide, customer service di hotel, dan lain-lain.
- c. Dari sisi promosi, Kemenparekraf mempromosikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang ramah, aman dan nyaman bagi wisatawan muslim serta mengikuti event-event bursa Pariwisata halal di luar negeri.

Pemerintah telah menetapkan 10 destinasi wisata ramah muslim yaitu Aceh, Sumatra Barat, Lombok, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Riau dan Kepulauan Riau (Kepri), Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta. Adapun, Aceh, Sumatra Barat, dan Lombok telah ditunjuk sebagai proyek percontohan nasional. Kementerian Pariwisata mengklaim jumlah wisatawan muslim yang datang ke Lombok meningkat 17,5% dalam periode 2014-2016, dari 2 juta orang menjadi 2,7 juta orang.

Sementara Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo memberikan lima jurus untuk mendorong industri halal di Indonesia⁷³. Kelima jurus tersebut adalah

- a. competitiveness (daya saing),
competitiveness alias daya saing dapat dilakukan melalui pemetaan sektor-sektor potensial yang dapat dikembangkan, seperti sektor makanan dan minuman, fesyen, wisata, dan ekonomi digital
- b. certification (sertifikasi),
sertifikasi diperlukan untuk memperluas akses pasar. Oleh karena itu, para pengambil kebijakan dan pelaku perlu bersama mendorong agar barang dan jasa yang dihasilkan memperoleh sertifikasi halal.
- c. coordination (koordinasi),
Koordinasi dan sinergi kebijakan dan program antara pemerintah, BI, dan

⁷³, Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo dalam bisnis wisata.co.id (Nov 16, 2019)
BI: Wisata Halal, Mesin Pendorong Industri Halal Indonesia, s Endy Poerwanto -

lembaga terkait diperlukan untuk menjadikan ekonomi syariah sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru

d. campaign (publikasi), dan

Promosi diperlukan untuk memperkenalkan kepada publik bahwa gaya hidup halal bersifat universal, tidak hanya untuk muslim, namun juga untuk nonmuslim.

e. cooperation (kerja sama).

kerja sama antara pemangku kepentingan industri halal nasional dan internasional juga merupakan prasyarat untuk membangun dan mengembangkan industri halal global, tandas Gubernur BI

“Implementasi lima jurus tersebut dapat menjadi kunci untuk menjadikan Indonesia tidak hanya sebagai pasar, tetapi juga sebagai basis produksi industri halal global,” ungkapnya. “Kelima jurus di atas untuk menjawab tantangan perkembangan industri halal global yang dapat dimanfaatkan Indonesia, yaitu potensi pasar industri halal global yang semakin meningkat sejalan dengan populasi penduduk muslim sebanyak 1,84 miliar atau sekitar 24,4% dari populasi dunia, Potensi pengembangan sektor usaha berbasis syariah serta halal telah menjadi pilihan gaya hidup baik bagi muslim maupun non-muslim,” kata Perry sebagaimana dikutip dari laman BI.

Potensi tersebut, kata Perry, harus didukung dengan langkah antisipatif untuk menjawab beberapa tantangan, antara lain perkembangan digitalisasi, perlunya konvergensi internasional, tata kelola industri halal dan regulasi yang tepat di seluruh dunia, termasuk mekanisme pembiayaan syariah yang dapat dipertanggungjawabkan dan selalu berusaha menghasilkan barang dan jasa yang halal.

D. Kendala dan Tantangan Wisata Halal

Tantangan terbesar dalam pengelolaan wisata halal adalah bagaimana menciptakan konsep wisata yang terorganisir dan termanajemen dengan baik dari hulu ke hilir. Kurangnya informasi dan minimnya paket wisata yang menawarkan paket wisata yang komprehensif termasuk tentang maraknya industri halal di Indonesia, menjadi poin minus pengembangan wisata halal.

Mari Elka Pangestu mengemukakan dalam seminar Gabungan Idustry Pariwisata Indonesia (GIPI) masalah utama pariwisata di Indonesia yaitu : sarana dan prasarana; SDM; Komunikasi dan publisitas; Kebijakan dan peraturan yang berlaku; Teknologi informasi yang memungkinkan turis mengakses tentang wisata yang ada di Indonesia; Kesiapan masyarakat Investasi yang belum banyak berkembang di daerah (hotel, restaurant, jasa penyewaan transportasi, peralatan dan lain-lain⁷⁴. Selanjutnya menurut Hery Sucipto dalam Republika, mengatakan bahwa tantangan wisata halal di Indonesia yaitu :⁷⁵

1. Masih adanya ketakutan di sebagian pelaku industri di Indonesia yang pencantuman label halal. Di luar negeri, bahkan gerai restoran berskala Internasional di bandara di Hongkong dengan jelas memampang label halal. Dengan kekuatan populasi muslim terbesar di dunia, tak ada alasan ketakutan itu karena syariat pada hakikatnya sudah dilaksanakan bangsa ini setiap harinya.
2. Belum adanya regulasi dalam bentuk perundang-undangan. Saat ini Peraturan Menteri (Permen) memang sedang digodog antara tim Kemenparekraf dan MUI. Birokrasi yang lambat menjadi ciri khas Indonesia, ikut memperlambat pengembangan wisata halal. Para pelaku bisnis dan berbagai pihak yang terkait, akibatnya rada gamang dalam pengembangan potensi wisata halal.
3. Belum siapnya SDM dalam bidang wisata halal. Seperti diketahui, ada lima komponen wisata halal, yakni kuliner, kosmetik-spa, perhotelan syariah, moslem fashion dan biro perjalanan. Sejauh ini, Kemenparekraf baru menggandeng Universitas Pesantren Darul Ulum (UNIPDU), Jombang, Jawa Timur untuk melakukan *training* dan *workshop* terkait penyiapan SDM wisata halal.
4. Lemahnya sosialisasi tentang wisata halal di Indonesia berakibat kurangnya masyarakat luas mengenal produk-produk dalam wisata halal. Jika dalam keseharian mereka sudah familiar dengan produk halal seperti makanan dan minuman serta kosmetik, namun dalam cakupan lebih luas, masyarakat belum tahu detil soal wisata halal.

⁷⁴Sri Anindiati Nursastri, “7 masalah utama pariwisata di Indonesia”, diakses dari travel.detik.com, 27 Desember 2016, pukul 15.25.

⁷⁵Hery Sucipto, Tantangan Wisata halal, diakses dari republika.co.id, pada tanggal 14 Desember 2016, Pukul 10.06.

Masalah tentang pengelolaan pariwisata selanjutnya dikemukakan oleh Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Andrinof, mengatakan bahwa pariwisata Indonesia berada di posisi papan paling bawah kalah dengan Thailand, Malaysia, Singapura, masalah pariwisata terletak pada :

1. Mental pengelola pariwisata, tidak ramah lingkungan yang menjadi penyebab utama di pariwisata Indonesia, dimana para pengelola pariwisata nasional masih memiliki etos bekerja yang tidak baik.
2. Premanisme di sector pariwisata juga sangat mengganggu sehingga menghambat kemajuan pariwisata Indonesia. Premanisme harus diberantas, sehingga pariwisata Indonesia bisa bangkit.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga menilai Indonesia masih perlu meningkatkan promosi wisata halal. Pemerintah pun jangan malu-malu untuk menyatakan diri menjadi Muslim Friendly Destination. Ketua MUI Bidang Perberdayaan Ekonomi Umat, Lukmanul Hakim, mengatakan Indonesia harus lebih meningkatkan promosi wisata halal. Artinya peluang data imbah sumber daya manusia dalam memperkuat promosi itu, Lukman menuturkan, Indonesia masih kalah dengan Malaysia dalam segi promosi wisata. Anggaran promosi Indonesia jika dibandingkan dengan Malaysia berbanding jauh. Menurutnya, Indonesia dengan luas wilayah yang lebih besar hanya menganggarkan setengah dari jumlah anggaran promosi wisata Malaysia.

E. Pengembangan Wisata Halal

Di dalam pengembangan pariwisata, pengembangan berencana harus dilakukan secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan cultural. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial dari suatu negara. Dalam Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan 7, tentang pembangunan pariwisata disebutkan bahwa pembangunan pariwisata haruslah memperhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam serta kebutuhan manusia untuk berwisata (Pasal 6). Pembangunan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan pariwisata (Pasal 7).

Pengembangan pariwisata memerlukan teknik perencanaan yang baik dan

tepat. Teknik perencanaan itu harus menggabungkan beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata. Aspek-aspek tersebut terdiri dari aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/ kompatibilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan seterusnya. Joyosuharto mengatakan, pengembangan pariwisata memiliki 3 fungsi yaitu:⁷⁶

1. Menggalakkan ekonomi
2. Memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup
3. Memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa

Dalam pengembangan wisata halal, paradigma utama yang perlu dipahami bersama adalah wisata halal tidak bertujuan untuk mengasingkan wisatawan muslim dari kegiatan pariwisata umum atau untuk membatasi wisatawan nonmuslim di tujuan wisata tertentu. Namun, pengembangan wisata halal bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan muslim dalam melaksanakan ibadah sesuai syariat agama pada saat bepergian. “Bagi wisatawan nonmuslim, wisata halal diharapkan dapat memberikan layanan wisata yang aman dan sehat sekaligus untuk memperkenalkan ajaran islam sebagai nilai yang universal,” ujar Deputy Gubernur Bank Indonesia (BI), Dody Budi Waluyo, pada acara Indonesia Halal Tourism Summit di Jakarta.⁷⁷

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia mencakup 4 pilar pembangunan kepariwisataan yakni : Destinasi; Pemasaran; Industri, dan Kelembagaan. Keempat pilar tersebut merupakan upaya perwujudan azas pembangunan dengan memerhatikan keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. Pengembangan pariwisata harus dilihat dalam satu kesatuan upaya untuk memajukan pariwisata. Keempat pilar tak dapat berdiri sendiri-sendiri karena satu dan lainnya saling berpengaruh. Aspek kelembagaan dapat mempengaruhi semua aspek lain.

Dalam hal ini pembangunan pariwisata Indonesia diharapkan dapat:

⁷⁶ Joyosuharto, S., Aspek Ketersediaan dan Tututan Kebutuhan dalam Pariwisata, dalam “Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam, Editor : Ch. Fandeli, Liberty, Yogyakarta, 2000.

⁷⁷ Deputy Gubernur Bank Indonesia (BI), Dody Budi Waluyo, pada acara Indonesia Halal Tourism Summit di Jakarta, dalam bisnis wisata.co.id (Nov 16, 2019) BI: Wisata Halal, Mesin Pendorong Industri Halal Indonesia, s Endy Poerwanto -

1. Menjadikannya sebagai destinasi wisata nasional/internasional yang berkelanjutan;
2. Meningkatkan posisi Indonesia di pasar internasional maupun nasional sehingga jumlah kunjungan akan meningkat;
3. Memberikan kesempatan bagi industri kepariwisataan sebagai penopang aktivitas wisata untuk berkembang menjadi industri yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pengusaha/pemilik usaha.
4. Menumbuh kembangkan suatu sistem kelembagaan yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten melalui regulasi yang ditegakkan secara efektif.

Keempat pilar tersebut mempunyai keterkaitan satu sama lain yang tak terpisahkan. Pada tingkat nasional, pemerintah masih memakai jumlah kunjungan sebagai sasaran untuk mewakili tolak ukur keberhasilan. Meskipun demikian jumlah kunjungan tersebut tergantung kepada bukan hanya keberhasilan pemasaran (promosi) melainkan juga keberhasilan upaya pengembangan destinasi, industri, serta kelembagaannya (manusia, aturan, dan organisasinya).

F. Wisata Halal *Sustainable*

Sustainable tourism atau wisata sustainable, yaitu sebuah konsep pariwisata yang menguntungkan dari berbagai sisi, antara lain ekonomi, lingkungan dan social. Wisata *Sustainable* adalah keberlanjutan pariwisata terkait erat dengan kebutuhan saat ini yang tidak boleh mengorbankan dan mengurangi hak dan kebutuhan generasi yang akan datang⁷⁸. Dan secara singkat dapat dijelaskan bahwa pariwisata sustainable merupakan sebuah proses dan sistem pengembangan pariwisata yang bisa menjamin keberlangsungan atau keberadaan sumberdaya alam, kehidupan sosial dan ekonomi, dan budaya ke generasi yang akan datang.

Konsep pembangunan *sustainable* pertama kali dikumandangkan dalam konfrensi di Stockholm pada tahun 1972. Selanjutnya konfrensi ini dikenal dengan *Stockholm Conference on Human and Environment*. Pengembangan pariwisata sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dimana didalamnya disebutkan mengenai pembangunan pariwisata yang sustainable dan juga tentang kode etik pariwisata dunia yang

⁷⁸Joko Tri Haryanto, "Model pengembangan ekowisata dalam mendukung kemandirian ekonomi daerah studi kasus provinsi DIY", *Journal Ilmiah Sosial dan Humainora* Vol. 4 No. 3, 2014.

menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai lokal.

Menurut Richard W. Butler “*Sustainable tourism is a tourism which concerns with management of the sustainable development of the natural, built, social and cultural tourism resources of the host community in order to meet the fundamental criteria of promoting their economic well-being, preserving their nature, culture, social life, intra and inter-generational equity of costs and benefits, securing their life sufficiency and satisfying the tourists’ needs*”.⁷⁹

Joko Tri Haryanto mendefinisikan, Wisata *Sustainable* adalah keberlanjutan pariwisata terkait erat dengan kebutuhan wisata saat ini yang tidak boleh mengorbankan dan mengurangi hak dan kebutuhan generasi yang akan datang.⁸⁰ Menurut Erling Holden dkk, *Sustainable development is defined as a process of meeting the present needs without compromising the ability of the future generations to meet their own needs*.⁸¹

Lane dalam Sharpley, menyatakan bahwa pariwisata sustainable adalah hubungan *triangulasi* yang seimbang antara daerah tujuan wisata (*host areas*) dengan habitat dan manusianya, pembuatan paket liburan (wisata), dan industri pariwisata, dimana tidak ada satupun stakeholder dapat merusak keseimbangan.⁸²

Muller yang mengusulkan istilah *magic pentagon* yang merupakan keseimbangan antara elemen pariwisata, dimana tidak ada satu faktor atau *stakeholder* yang mendominasi. Prinsip dasar pembangunan pariwisata *sustainable* menurut Sharpley yang mengacu pada prinsip dasar pembangunan sustainable.⁸³ I Gusti Ngurah Bagus, mengemukakan Nampak jelas bahwa pembangunan di bidang kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.⁸⁴

Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang mempengaruhi oleh usaha

⁷⁹Richard W. Butler, “Tourism, Environment and Sustainable Development”, *Environmental conservation*, Vol 18 No. 3, October 1991, h. 201-209

⁸⁰Joko Tri Haryanto, op. cit., Vol. 4 No. 3.

⁸¹Erling Holden, Kristin Linnerud, David Banister, “Sustainable Development : Our Common Future Revisited”, *Global Environmental Change*, Vol. 26, May 2014, h. 130-139

⁸²ibid., h.8

⁸³ibid., h.9-11

⁸⁴I Gusti Ngurah Bagus, “Hubungan Pariwisata dengan Budaya di Indonesia, Prospek, dan Masalahnya dalam Kumpulan Makalah Kongres Kebudayaan 1991”, (Depdikbud 1992/1993), hlm. 123.

pengembangan pariwisata yaitu ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Pengembangan sektor pariwisata di suatu daerah secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak, baik itu dampak positif maupun Pilar dampak negatif. Beberapa sektor yang dapat terpengaruh oleh kegiatan pariwisata antara lain adalah sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan⁸⁵. Fandeli, mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:⁸⁶

1. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
2. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
3. Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
4. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Perencanaan pariwisata haruslah di dasarkan pada kondisi dan daya dukung dengan maksud menciptakan interaksi jangka panjang yang saling menguntungkan diantara pencapaian tujuan pembangunan pariwisata, meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, dan berkelanjutan daya dukung lingkungan di masa mendatang.⁸⁷

Veresci, menyimpulkan bahwa untuk mencapai pembangunan kepariwisataan berkelanjutan diperlukan strategi berupa perencanaan kondisi lingkungan yang sensitif terhadap perubahan serta beberapa komponen budaya dari masyarakat local, perencanaan dalam mengatasi perbedaan antar sektor yang berkepentingan, perencanaan untuk mengatasi dan melawan pengaruh negatif dari program kepariwisataan secara massal, perencanaan dalam menghadapi perubahan kondisi lingkungan yang tidak dapat terbalik (irreversible changes).⁸⁸

⁸⁵Gunn, Clare A, *Tourism Planning*. New York: Taylor and Francis, 1988.

⁸⁶Ibid, Fandeli, 1995

⁸⁷ Fandeli, Chafid, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta : Penerbit Liberty, 1995.

⁸⁸Verecz, *Guiding Principles for Local Authorities in Planning for Sustainable Tourism Development*, Jurnal Ilmu Pariwisata Vol. 6, No. 1, Juli 2001, hlm. 92.

Lars Aronsson, mencoba menyampaikan beberapa pokok pikiran tentang interpretasi pembangunan pariwisata *sustainable*, yaitu⁸⁹ :

1. Mampu mengatasi permasalahan sampah lingkungan serta memiliki perspektif ekologis,
2. Menunjukkan keberpihakannya pada pembangunan berskala kecil dan yang berbasis masyarakat lokal/setempat,
3. Menempatkan daerah tujuan wisata sebagai penerima manfaat dari pariwisata, untuk mencapainya tidak harus dengan mengeksploitasi daerah setempat
4. Menekankan pada keberlanjutan budaya, dalam hal ini berkaitan dengan upaya-upaya membangun dan mempertahankan bangunan tradisional dan peninggalan budaya di daerah tujuan wisata.

Pembangunan pariwisata *sustainable* atau *Sustainable Tourism Development* menurut Yaman & Mohd ditandai dengan empat kondisi yaitu⁹⁰ :

1. Anggota masyarakat harus berpartisipasi dalam proses perencanaan dan pembangunan pariwisata,
2. Pendidikan bagi tuan rumah, pelaku industri dan pengunjung/wisatawan,
3. Kualitas habitat kehidupan liar, penggunaan energi dan iklim mikro harus dimengerti dan didukung,

Investasi pada bentuk-bentuk Pariwisata *sustainable* merupakan sebuah proses dan sistem pengembangan pariwisata yang bisa menjamin keberlangsungan atau keberadaan sumberdaya alam, kehidupan sosial dan ekonomi, dan budaya ke generasi yang akan datang.⁹¹ Prinsip dasar pembangunan pariwisata *sustainable* menurut Sharpley yang mengacu pada prinsip dasar pembangunan *sustainable*.⁹²

transportasi alternatif. Pencapaian wisata *sustainable*, juga sangat relevan dengan visi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif item 1 yakni memecahkan multi krisis Nasional melalui efek ganda ekonomi (Economic Effect) pembangunan pariwisata *sustainable* (Sustainable Tourism Development), dimana

⁸⁹Lars Aronsson, "The Development of Sustainable Tourism" (London, New York : Continuum, 2000), h. 34

⁹⁰Yaman, Amat Ramsa & A. Mohd, "Community-based Ecotourism: New Proposition for Sustainable Development and Environment Conservation in Malaysia," dalam Journal of Applied, Vol. 4 No.4, 2004, h.583-589.

⁹¹Ardika, I.W, op. cit., 2003

⁹² ibid., h.9-11

berorientasi kepada kepentingan masyarakat luar dan peningkatan kualitas hidup masyarakat dan bangsa Indonesia.

G. Teknologi dan Muslim Traveller Millennial

Teknologi dan Muslim Traveller Millennial Laporan terbaru dari Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 memperkirakan total pengeluaran wisatawan muslim millennial mencapai lebih dari US\$100 miliar pada 2025⁹³. Tidak ada keraguan bahwa semua pihak di sektor pariwisata harus lebih memperhatikan pasar wisatawan muslim millennial. Ini yang dapat mendorong pengeluaran untuk tiket pesawat, hotel dan wisata. Pasar wisatawan muslim mengalami perkembangan pesat sebagai sebuah segmen yang sangat menguntungkan bagi pariwisata kontemporer. Saat ini, pasar wisatawan muslim akan memasuki fase puncak dari pendapatan, pengeluaran dan perjalanan dalam 5 - 10 tahun ke depan⁹⁴.

Dengan sekitar 1 miliar muslim yang berusia dibawah 30 tahun dan mewakili 60% dari populasi di negara-negara dengan mayoritas muslim, populasi dari generasi muslim muda menjadi sebuah kesempatan bagi pasar perjalanan. Pada 2030, wisatawan muslim akan berkontribusi hingga 29% dari populasi global yang berusia 15-29 tahun. Berkaitan dengan hal ini, CrescentRating memproyeksikan ada lebih dari 30% persen wisatawan muslim pada 2026 dari 121 juta wisatawan muslim yang merupakan kaum milenial. Sisanya sekitar 30% adalah generasi Z yakni kelompok demografis setelah kaum milenial. Laporan ini juga menyebutkan Arab Saudi, Malaysia dan Turki merupakan pasar perjalanan outbound terbesar bagi muslim milenial yang tergabung dalam Organization of Islamic Cooperation (OIC). Sebaliknya, Jerman, Rusia dan India berada di posisi tiga teratas untuk pasar perjalanan outbound bagi muslim milenial di negara non-OIC⁹⁵

Segmen konsumen industri perjalanan Indonesia didominasi oleh populasi relatif muda yang berada di kisaran usia 25-49 tahun. Bagi populasi usia produktif yang sudah melek internet, sinyal telepon dan jaringan internet menjadi bagian

⁹³ Mastercard-HalalTrip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017)

⁹⁴ kata Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, 2017

⁹⁵ CrescentRating Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017

penting dalam perencanaan maupun proses liburan.

Laporan Criterio yang berjudul *The New Asia Pasific Digital Traveller 2017* menyebutkan penggunaan telepon pintar di kawasan Asia Pasifik terus menunjukkan peningkatan ketika masyarakat merencanakan liburan. Khusus untuk Indonesia, 69% responden memilih memesan tiket pesawat dan hotel melalui aplikasi OTA di telepon pintar mereka, sedangkan sisanya melalui browser⁹⁶. Kanal digital menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat Indonesia yang ingin berlibur karena sifatnya yang sederhana dan praktis. Semakin mudah orang pergi, semakin tinggi jumlah orang yang berlibur.

Peminat wisata halal kini pun mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan di berbagai kalangan usia, termasuk generasi milleneal yang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap wisata halal. Generasi milleneal merupakan segmen pasar yang cukup mumpuni bagi perkembangan wisata halal. Wisatawan Muda (*Young Tourist*) didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang dilakukan dalam periode kurang dari satu tahun oleh orang yang berusia 16 - 29 tahun yang dimotivasi sebahagian atau seluruhnya oleh keinginan untuk merasakan budaya lain, membangun pengalaman hidup dan / atau mendapat manfaat dari pengalaman formal dan informal, peluang belajar di luar lingkungan biasa seseorang (UNWTO dan WYSE Travel Confederation, 2008). Kelompok umur dalam definisi ini cocok dengan generasi milenial. Generasi milenial, menurut sebagian besar definisi, lahir antara 1980 dan 2000. Generasi Y (lahir antara 1980-1994) dan Generasi Z (lahir antara tahun 1994 hingga saat ini) termasuk generasi milenial (lahir dari akhir 1980-an dan seterusnya). Mereka semua dapat dianggap sebagai pelancong muda dan karena itu pengalaman perjalanan mereka dapat ditafsirkan membangun berdasarkan literatur tentang pariwisata pemuda.

Organisasi Pariwisata Dunia PBB dan Konfederasi Perjalanan Pelajar & Pendidikan Pemuda Dunia menyatakan bahwa Generasi Z terdiri dari sekitar 30 persen populasi dunia dan memiliki 29 juta pelancong internasional di seluruh dunia. Organisasi pariwisata pada umumnya dan organisasi manajemen sebuah perusahaan harus memiliki tujuan khusus yakni memperhatikan bahwa kelompok sasaran milenial bersifat tidak homogen. Untuk itu dalam memuaskan wisatawan

⁹⁶ Laporan Criterio yang berjudul *The New Asia Pasific Digital Traveller 2017*

milennial di masa kini dan masa depan, organisasi pariwisata harus mempertimbangkan nilai-nilai yang berbeda. Salah satu tujuan yang dimungkinkan generasi milenial dalam melakukan sebuah perjalanan ialah untuk menghindari kuota, mencoba gaya hidup yang berbeda, untuk mendapatkan pengalaman baru, mengunjungi tempat-tempat baru dan untuk memperoleh pengetahuan baru (UNWTO dan WYSE *Travel Confederation*, 2016).⁹⁷

Dalam laporan GMTI (*Global Muslim Travel Index*) Tahun 2018 terdapat Profil Muslim Mileneal Travel MMT dengan menangkap perilaku spesifik seperti tujuan generasi milenial untuk berwisata yang didorong oleh keinginan mereka untuk menemukan produk dan layanan yang Otentik (*Authentic*), terjangkau (*Affordable*), Dapat Diakses (*Access*). Pola perjalanan ini dapat diamati pada tahap perencanaan, selama perjalan itu sendiri, dan ketika mereka berbagi pengalaman dengan orang lain.⁹⁸

Menurut Guru Besar Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata UGM Prof Wiendu Nuryanti, fenomena yang terjadi di sektor pariwisata dunia saat ini, wisatawan didominasi generasi millennial yang usianya di bawah 35 tahun. Mereka memanfaatkan teknologi digital saat traveling. "Hampir separuh wisatawan adalah generasi millennial yang punya karakteristik berbeda dengan era sebelumnya," terang Prof Wiendu saat menjadi pembicara kunci dalam International Conference of Critical Tourism Studies Asia Pasific (CTS-AP) di University Club, Universitas Gadjah Mada (UC UGM) Yogyakarta⁹⁹.

Menurut Prof Wiendu, wisatawan millennial ini tidak lagi memanfaatkan iklan-iklan wisata konvensional dalam menentukan destinasi, melainkan memanfaatkan trip advisor dari gadget. Selain itu mereka lebih suka mengunjungi objek wisata terpencil yang bisa langsung berinteraksi dengan warga asli. "Traveling sepertinya sudah menjadi DNA para generasi millennial, mereka mengumpulkan uang tidak untuk memiliki aset, namun supaya bisa berkeliling dunia," katanya¹⁰⁰.

⁹⁷ emeraldinsight.com

⁹⁸ GMTI – 2018 – Report.pdf

⁹⁹ Danar Widiyanto, 50 Persen Wisatawan Dunia, Generasi Millennial, asitajogja.org, pada tanggal 04 Maret 2018, pukul 18:10

¹⁰⁰ Danar Widiyanto, 50 Persen Wisatawan Dunia, Generasi Millennial, asitajogja. org, pada tanggal 04 Maret 2018, pukul 18:10

Selanjutnya Dalam GMTI 2017 disebutkan bahwa, “terdapat 2 mega trend utama yang diidentifikasi sebagai pendorong *Muslim Friendly Travel*. Kategori tersebut yakni Generasi milleneal yang tergolong demografis Z, serta teknologi yang akan meningkatkan akses ke informasi wisata (Abdul Halim, 2017). Laporan (GMTI 2017) juga menyebutkan bahwa kelompok pasca millenial ini sangat terhubung satu sama lain dilingkungan sekitar mereka. Karena internet dan lingkungan sosial memainkan peran penting dalam kehidupan sehari – hari mereka. Oleh karena itu Industri wisata muslim harus mengembangkan penawaran mereka untuk memastikan bahwa merek mereka telah diperkenalkan kembali dengan segmen yang baru dan bahwa layanan mereka merupakan layanan yang bersifat *friendly*, asli, terjangkau dan dapat diakses oleh segmen anak muda.¹⁰¹

Search Engine dan situs perjalanan online adalah elemen penting dari perencanaan wisata online. Teknologi baru di bidang komunikasi mempengaruhi industri pariwisata. Oleh karena itu, penting bagi pemasar untuk memahami perubahan ini karena pentingnya internet yang digunakan setiap hari di bidang pariwisata.¹⁰² Untuk dapat mengakses sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan generasi mileneal, pemerintah dan manajemen perusahaan telah berupaya menyediakan teknologi yang dapat memfasilitasi masyarakat khususnya generasi mileneal untuk penggunaan teknologi digital.

Dengan kemajuan teknologi terkini para wisatawan tidak lagi mempergunakan cara-cara konvensional dalam merencanakan perjalanan wisatanya. Mereka kini dengan mudah mencari lokasi dan objek wisata ke seluruh dunia dengan amat mudah dan singkat serta berbiaya minim. Internet membantu para wisatawan mencapai destinasi favorit pilihan wisatanya. Kemajuan teknologi digital dengan munculnya banyak aplikasi yang memudahkan manusia, membawa pengaruh bagi sektor pariwisata. Saat ini kecenderungan berwisata tidak lagi dilakukan secara konvensional dalam jumlah besar (rombongan), tapi bergeser dilakukan sendiri memanfaatkan teknologi digital (gadget/aplikasi).

¹⁰¹ GMTI – 2017 – Report.pdf

¹⁰² Mevlüt AKYOL & Özgür KILINÇ (2014). Internet and Halal Tourism Marketing. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9/8 Summer 2014, p. 171-186, ANKARA-TURKEY

Rhenald Kasali dalam artikelnya yang dimuat dalam Kompas.com menyebutkan bahwa ekonomi sekarang ini telah berubah menjadi *Esteem Economy* dari *leisure economy* pada era sebelumnya. Perubahan tersebut berimbas terhadap perubahan perilaku berwisata, dari hanya menikmati waktu senggang dengan kumpul-kumpul bersama teman atau keluarga berubah menjadi mencari pengalaman (*experiences*) dengan unsur ingin mendapatkan pengakuan karena pernah mengunjungi tempat-tempat yang lagi hits pada masanya. Perubahan perilaku berwisata tersebut menurutnya disebabkan oleh kebanyakan manusia sekarang ini yang sudah *addicted* terhadap *gadget* terutama *smartphone* yang sudah menjadi kebutuhan pokok diluar sandang, pangan dan papan.¹⁰³

Dalam Laporan *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* pada tahun 2018 dinyatakan bahwa Internet dan media sosial menyediakan platform komunikasi yang signifikan untuk memperkenalkan, positioning dan *brand marketing*, produk, dan layanan pariwisata Islami kepada khalayak yang lebih luas.¹⁰⁴ Salah satu temuan kunci yang dihasilkan dari sebuah studi COMCEC (2016b) dengan 1.120 responden yang mewakili Afrika, Asia, Eropa, dan Amerika Utara untuk strategi pemasaran yang tepat saat ini adalah Penelitian Pra Wisata. Dalam studi tersebut disimpulkan bahwa terdapat beberapa tujuan wisatawan untuk melakukan perjalanan diantaranya 84% memilih melakukan wisata untuk memenuhi kebutuhan agama mereka, 72% disebutkan mendapatkan informasi melalui situs website, 63% dari keluarga dan teman, media sosial sejumlah 47%, blog sebanyak 41%, agen perjalanan sejumlah 22% dan 12 % berasal dari iklan.¹⁰⁵

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi internet serta platform media sosial yang kini menjadi kebutuhan dasar masyarakat dunia turut serta dalam perkembangan wisata halal dan menjadi strategi *marketing* serta promosi yang tepat untuk memperkenalkan wisata halal dunia. Pesatnya

¹⁰³Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, 08/10/2018 bulelengkab.go.id

¹⁰⁴ Organization of Islamic Cooperation Statistical, Economic And Social Research And Training Centre For Islamic Countries (Sesric). *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* (2018)

¹⁰⁵ Organization of Islamic Cooperation Statistical, Economic And Social Research And Training Centre For Islamic Countries (Sesric). *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* (2018)

perkembangan kunjungan wisatawan muslim di dunia disebabkan salah satunya, banyaknya publikasi dan promosi pariwisata halal melalui internet menjadi faktor penarik wisatawan muslim untuk berwisata muslim yang tersebar di negara-negara Arab dan Timur Tengah. Demikian juga kontribusi generasi milenial sebagai wisatawan muda cukup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan wisata. Hal ini menunjukkan pentingnya investigasi kelompok sasaran ini dengan mengidentifikasi perilaku wisata mereka, seperti makna dan nilai yang mereka berikan ketika melakukan wisata. Salah satu poin penting yang dapat dibidik dalam pertanyaan UNWTO dan WYSE Travel Confederation, 2016 bahwa generasi milenial memiliki salah satu tujuan yang penting yakni mencoba gaya hidup berbeda. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan generasi milenial dalam berwisata, yang sejatinya selalu mengedepankan pencarian solusi, ide, emosi baru atau pengalaman baru. Dan salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang termasuk generasi milenial adalah perubahan *landscape* dunia dengan “Wisata Halal”.

H. Sinergitas Stakeholders

Menurut Pramuji, Sinergitas adalah sebuah interaksi dari dua pihak atau lebih yang saling berinteraksi dan menjalin hubungan yang bersifat dinamis guna mencapai tujuan bersama.¹⁰⁶ Teori Sinergitas menurut Stoner, Hubungan atau komunikasi para pihak dalam mewujudkan suatu tugas bersama akan memunculkan berbagai macam pola yang berbeda bila dihadapkan elemen kepercayaan dan kerjasama yang dimiliki oleh pihak masing-masing.¹⁰⁷ Tiga pola meliputi: Defensif; (mengakibatkan pola hubungan komunikasi yang bersifat pasif/defensif) , Respectful; (pola komunikasi yang bersifat kompromi saling menghargai.), Synergistic. ; pola komunikasi yang bersifat sinergitas (simbiosis mutualisme) yang berarti bahwa kerjasama yang terjalin akan menghasilkan "Output" yang jauh lebih besar dari jumlah hasil keluaran masing-masing pihak. Jadi sinergitas dapat dipahami sebagai operasi gabungan atau perpaduan unsur untuk menghasilkan output yang lebih baik.¹⁰⁸ Menurut Covey, sinergitas akan

¹⁰⁶Pramuji, S, op. cit., h. 12

¹⁰⁷James. A.F. Stoner, “Fungsi Manajemen”, diakses dari (<http://studimanajemen.blogspot.co.id>), pada tanggal 2 Mei 2016, pukul 09.30.

¹⁰⁸Najiyati, Sri dan S.R. Topo Susilo., op. cit., 2011

mudah terjadi bila komponen-komponen yang ada mampu berpikir sinergi, terjadi kesamaan pandang, dan saling menghargai.¹⁰⁹ Sinergitas dapat terbangun melalui dua cara yaitu :Komunikasi dan Koordinasi. Seluruh komponen masyarakat dan pemerintah diharapkan bersinergi agar tercapainya kesejahteraan masyarakat. Wisata halal sebagai bagian dari industri halal, mencakup sektor finansial dan pembiayaan, tidak dapat jalan sendiri-sendiri, sinergi dengan banyak pihak untuk mengembangkan wisata halal perlu dilakukan baik dalam hal-hal teknis maupun dalam **kerjasama** lainnya. Mengingat potensi Indonesia untuk menjadi pemain utama dunia dalam pariwisata halal begitu besar dan agar wisata halal di Indonesia *sustainable*. Menurut Popy Rufaidah, Pemerintah harus menggenjot pariwisata halal dengan menggandeng setidaknya lima unsur masyarakat sebagai *stakeholders*. Kementerian Pariwisata dapat menggandeng peran lima pihak atau *pentahelix* seperti akademisi, bisnis, pemerintah, komunitas dan media, dalam mengakselerasi pengembangan destinasi halal Indonesia¹¹⁰. Sebagai pembuat kebijakan harus bekerjasama dengan dengan Kementerian Perhubungan yang berhubungan dengan sarana transportasi, agar sarana transportasi ke lokasi objek wisata bisa lebih baik, dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat yang berhubungan dengan pembangunan infrastruktur. Dalam upaya mengedepankan budaya serta nilai-nilai agama Kementrian Pariwisata melakukan kerjasama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU). kemudian dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif¹¹¹. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menyediakan penginapan halal dan tempat makan dengan menu makanan halal, bekerjasama sama dengan Association of the Indonesia Tours and Travel (ASITA) untuk membuat paket wisata halal. Kerja sama dengan pemangku kepentingan di daerah-daerah wisata halal, juga sangat diperlukan.

¹⁰⁹Stephan R. Covey, “The 7 Habits of Highly Effective People”, diakses dari (<https://www.google.co.id/Covey-The7-Habits-of-Highly-Effective-People-Review-Free-Press>), pada tanggal 02 Mei 2016, pukul 13:15.

¹¹⁰Popy Rufaidah, Pengamat ekonomi dan marketing dari Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung, dalam dalam Armydian Kurniawan 2015, Kembangkan Wisata Halal, Pemerintah Perlu Gandeng 5 Stakeholder

¹¹¹ Jaelani, 2017

I. Pelaku Pariwisata (Stakeholders)

1. Wisatawan Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dari layanan. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam kehidupan mereka berdampak langsung pada kebutuhan wisata yang dalam hal ini permintaan wisata.
2. Pendukung Jasa Wisata Kelompok ini adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung kepada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk tersebut.
3. Pemerintah Pemerintah mempunyai otoritas dalam hestanto.web.id pengaturan, penyediaan dan peruntukkan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Pemerintah juga bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan wisata.
4. Masyarakat Lokal Masyarakat lokal terutama penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata yang menjadi salah satu peran kunci dalam pariwisata. Karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan yang akan menyediakan sebagai besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata.

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Secara umum pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu

1. Masyarakat. Termasuk ke dalam kelompok masyarakat ini juga tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM, dan media massa.
2. Swasta, adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha.
3. Pemerintah, adalah berbagai wilayah administrasi, mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan seterusnya (Maha Rani dan Prasetya).¹¹²

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik

¹¹²Maha Rani, Deddy Prasetya, Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang) *Jurnal Politik Muda*, Vol. 3 No. 3, Agustus-Desember 2014, 412-421. Surabaya: FISIP UNAIR, 2014.

dan Weber adalah ¹¹³:

1. Wisatawan; adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata.
2. Industri Pariwisata/ Penyedia Jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
 - Pelaku Langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata.
3. Pendukung Jasa Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk di dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, penjualan BBM, dan sebagainya.

Sementara yang termasuk dalam stakeholders wisata halal selain yang di atas adalah DSN dan MUI, karena mereka lah yang ikut menentukan kebijakan wisata halal ditambah MES, termasuk juga para asosiasi seperti ASITA, ASPI, HIPI dan PHRI dan Akademisi. ¹¹⁴

1. Pemerintah

Peran pemerintah di Indonesia disamping berfungsi utama sebagai regulator dalam menentukan norma, standar, prosedur dan kriteria pengembangan kepariwisataan, juga masih terlibat secara langsung dalam manajemen pengembangan kepariwisataan. Selain itu peran pemerintah adalah sebagai fasilitator dalam program promosi dan pemasaran kepariwisataan nasional serta pengembangan Destinasi Pariwisata pada tingkat Nasional (DPN), Kawasan Strategis Pariwisata tingkat Nasional (KSPN) maupun Kawasan Khusus Pariwisata Nasional (KPPN).

¹¹³Damanik, Janianton dan Weber, Helmut, Perencanaan Ekowisata dari teori ke aplikasi, Yogyakarta : PUSPAR UGM dan Andi, 2006.

¹¹⁴Achmad Maulidi, diakses dari kanal.web.id, pada tanggal 15 April 2017.

Pemerintah daerah Provinsi mempunyai fungsi melaksanakan tugas pembantuan untuk melakukan promosi dan pemasaran kepariwisataan provinsi. Sedangkan untuk Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, mempunyai peran utama untuk bekerjasama dengan pemangku kepentingan yang lain (Industri dan Masyarakat) untuk menyusun Peraturan Daerah Kabupaten/Kota dan mengimplementasikannya sesuai dengan amanah Undang-Undang No.10 Tahun 2009.

Kebijakan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata sangat penting perannya dalam menunjang keberhasilan pembangunan pariwisata nasional. Pembangunan dalam wilayah objek wisata akan memberikan sumbangan yang sangat besar apabila dikelola secara profesional, karena sumbangan bagi daerah yang bersangkutan, pariwisata dapat memacu pertumbuhan kawasan sekitar objek wisata. Peraturan otonomi daerah memberikan kebebasan setiap daerah untuk mengelola sumber daya yang ada pada daerah tersebut, misalnya pengembangan sumber daya alam dan sumber daya manusia.

Hal tersebut ditujukan untuk meningkatkan peran dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya serta penyiapan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi di bidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan serta perlu pula dilengkapi dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Peranan pemerintah khususnya dinas pariwisata sangat penting . penerapan peraturan pemerintah dan undang – undang yang berlaku mutlak dilaksanakan oleh pemerintah. Perencanaan tersebut harus mengintegrasikan pengembangan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik dan sosial dari suatu negara.

Sebagai Fasilitator, Dalam rangka melaksanakan perannya sebagai fasilitator, Dinas Pariwisata mewujudkannya dengan cara menyediakan fasilitas sarana prasarana di obyek wisata, memberikan fasilitas kepada para investor dan pengusaha wisata berupa kebijakan dan peraturan yang dapat melindungi serta menguntungkan pihak investor dan pengusaha wisata, memasarkan obyek wisata, memfasilitasi kelompok masyarakat sadar wisata agar mendapatkan dana *stimulant*, dan lain sebagainya. Sebagai Motivator, Dinas Pariwisata sebagai salah satu *stakeholder* pariwisata dibutuhkan perannya dalam rangka memotivasi masyarakat, investor dan pengusaha wisata.

2. Pelaku Bisnis

Menurut Mikkelsen, ada tiga alasan utama mengapa partisipasi masyarakat mempunyai sifat sangat penting. Pertama, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat. Kedua masyarakat akan lebih percaya apabila dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaan yang akan menimbulkan rasa memiliki. Ketiga timbul anggapan bahwa apabila masyarakat dilibatkan maka mereka akan beranggapan mempunyai hak untuk turut memberikan saran.¹¹⁵ Sebagai pelaku bisnis masyarakat harus memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai wisata halal. dalam hal ini tokoh masyarakat dapat memberikan pengaruh yang baik.

Tokoh masyarakat ialah seseorang yang disegani dan dihormati secara luas oleh masyarakat dan dapat menjadi faktor yang menyatukan suatu bangsa – negara.¹¹⁶ Tokoh masyarakat, tentunya merupakan representasi dari adanya sifat-sifat kepemimpinan yang menjadi acuan bagi masyarakat dalam mewujudkan harapan serta keinginan-keinginan masyarakat sehingga tokoh masyarakat, tidak bisa dilepaskan dari sifat kepemimpinan yang tercermin didalam diri tokoh masyarakat tersebut. Miriam Budiardjo menyatakan tokoh masyarakat mempunyai peranan yang besar dalam suatu kelompok masyarakat dan memiliki kekuasaan yaitu kemampuan mempengaruhi orang atau kelompok lain sesuai dengan keinginan dirinya.¹¹⁷

Menurut T Hani Handoko “kepemimpinan merupakan kemampuan yang dipunyai seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran”. Sedangkan menurut Soewarno Handoyo Ningrat (1980: 64) “Kepemimpinan itu merupakan suatu proses dimana pimpinan digambarkan akan memberi perintah atau pengarahan, bimbingan atau mempengaruhi pekerjaan orang lain dalam memilih dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan”. Ada suatu ungkapan yang menyebutkan bahwa pimpinan itu “dilahirkan”, artinya dilahirkan oleh situasi dan kondisi dari masyarakat. Benar tidaknya ungkapan ini perlu ditelaah melalui proses-prosesnya, baik didalam lingkungan masyarakat maupun dalam diri individu yang dinamakan pimpinan, sehingga dapat ditelusuri dengan cara bagaimana ia

¹¹⁵ Britha Mikkelsen. 2011. Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan, Yayasan Obor Indonesia

¹¹⁶ Surbakti. 1992. Memahami ilmu politik, PT. Grasindo, Jakarta.

¹¹⁷ Miriam Budiardjo. 1972. Dasar-Dasar ilmu politik, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.

dapat muncul sebagai pemimpin atau tokoh di dalam masyarakat atau kalangannya.¹¹⁸

Peranan dari Tokoh Masyarakat Informal (Tokoh Agama, Toko Adat dan Stakeholder) yaitu sebagai berikut :

- a. Harus mampu menyeimbangkan antara wawasan keagamaan dengan wawasan pemerintahan dalam pengembalaan umatnya.
- b. Menghimbau untuk segera menghentikan penggunaan symbol-simbol agama untuk kepentingan kekuasaan, kekayaan dan kelompok tertentu.
- c. Membangun hubungan yang serasi intern Tokoh Agama, antar sesama Tokoh Agama, Tokoh Agama dengan Tokoh Formal (Eksekutif dan Legislatif) dan Tokoh Adat sehingga dapat mendorong kearah keselamatan hidup bersama, tanpa adanya diskriminatif ditengah kemajemukan pemerintahan.
- d. Berperan menegakkan aturan adat yang berlaku di daerah masing-masing.
- e. Membina dan mengendalikan sikap dan tingkah laku warga masyarakat agar sesuai dengan aturan yang berlaku.¹¹⁹

3. Majelis Ulama Indonesia dan Dewan Syariah Nasional

Majelis Ulama Indonesia (disingkat MUI; bahasa Arab: مجلس العلماء الإندونيسي *Majlis al-‘Ulama’ al-Indunīsī*) adalah lembaga independen yang mewadahi para ulama, zuama, dan cendekiawan Islam untuk membimbing, membina, dan mengayomi umat Islam di Indonesia. Majelis Ulama Indonesia berdiri pada 17 Rajab 1395 Hijriah atau 26 Juli 1975 Masehi di Jakarta, Indonesia. Sesuai dengan tugasnya, MUI membantu pemerintah dalam melakukan hal-hal yang menyangkut kemaslahatan umat Islam, seperti mengeluarkan fatwa dalam kehalalan sebuah makanan, penentuan kebenaran sebuah aliran dalam agama Islam, dan hal-hal yang berkaitan dengan hubungan seorang muslim dengan lingkungannya.

Pemerintah ketika membentuk MUI menyatakan tiga tujuan umum MUI:

- a. Memperkuat agama dengan cara yang dijelaskan Pancasila untuk memastikan ketahanan nasional.
- b. Partisipasi Ulama dalam pembangunan nasional.

¹¹⁸ T. Hani Handoko. (1996). *Manajemen*, BPFE Yogyakarta.

¹¹⁹ Najoran, Bella, Kawengian, Debby D. V. & Harilama, Stefi H., 2017. Peranan Komunikasi Tokoh Masyarakat Dalam Meminimalisir Kesenjangan Sosial Di Kelurahan Mampang Kota Depok Jawa Barat. *E-journal Acta Diurna*. Vol. VI. No. 3

- c. Mempertahankan keharmonisan antar umat beragama di Indonesia.

Pengabdian Majelis Ulama Indonesia tertuang dalam tujuh tugas MUI, yaitu:

- a. sebagai pengawal bagi penganut agama Islam
- b. sebagai pemberi edukasi dan pembimbing bagi penganut agama Islam
- c. sebagai penjaring kader-kader yang lebih baik
- d. sebagai pemberi solusi bagi masalah keagamaan di dunia internasional
- e. sebagai perumus konsep pendidikan Islam
- f. sebagai pengawal konten dalam media massa
- g. sebagai organisasi yang menjalankan kerja sama dengan organisasi keagamaan¹²⁰

Dewan Syariah Nasional (DSN) didirikan oleh MUI pada 10 Februari 1999, dengan maksud untuk melaksanakan tugas MUI dalam menetapkan fatwa dan mengawasi penerapannya guna menumbuhkembangkan usaha bidang keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah di Indonesia. DSN-MUI didirikan berawal dari lokakarya Ulama tentang Reksadana Syariah pada tanggal 29-30 Juli 1997, yang merekomendasikan perlunya sebuah lembaga untuk menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan aktivitas Lembaga Keuangan Syariah. Pada 14 Oktober 1997, Majelis Ulama Indonesia kemudian mengadakan rapat Tim Pembentukan Dewan Syariah Nasional.

Sesuai Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, pasal 4 dan 5, DSN-MUI mempunyai tugas sebagai berikut:

- Menetapkan fatwa atas sistem, kegiatan, produk, dan jasa Lembaga Keuangan Syariah (LKS), Lembaga Bisnis Syariah (LBS), dan Lembaga Perekonomian Syariah (LPS) lainnya;
- Mengawasi penerapan fatwa melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) di LKS, LBS, dan LPS lainnya;
- Membuat Pedoman Implementasi Fatwa untuk lebih menjabarkan fatwa tertentu agar tidak menimbulkan multi penafsiran pada saat diimplementasikan di LKS, LBS, dan LPS lainnya;
- Mengeluarkan Surat Edaran (Ta'limat) kepada LKS, LBS, dan LPS lainnya;
- Memberikan rekomendasi calon anggota dan/atau mencabut rekomendasi

¹²⁰ Wikipedia. 2019. Majelis Ulama Indonesia. wikipedia.org. dipetik pada 19 Januari 2020.

anggota DPS pada LKS, LBS, dan LPS lainnya;

- Memberikan rekomendasi calon Ahli Syariah Pasar Modal (ASPM) dan/atau mencabut Rekomendasi ASPM;
- Menerbitkan Pernyataan Kesesuaian Syariah atau Keselarasan Syariah bagi produk dan ketentuan yang diterbitkan oleh Otoritas terkait;
- Menerbitkan Pernyataan Kesesuaian Syariah atas sistem, kegiatan, produk, dan jasa di LKS, LBS, dan LPS lainnya;
- Menerbitkan Sertifikat Kesesuaian Syariah bagi LBS dan LPS lainnya yang memerlukan;
- Menyelenggarakan Program Sertifikasi Keahlian Syariah bagi LKS, LBS, dan LPS lainnya;
- Melakukan sosialisasi dan edukasi dalam rangka meningkatkan literasi keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah;
- Menumbuhkembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan keuangan pada khususnya

Adapun wewenang DSN-MUI sebagai berikut:

- Memberikan peringatan kepada LKS, LBS, dan LPS lainnya untuk menghentikan penyimpangan dari fatwa yang diterbitkan oleh DSN-MUI;
- Merekomendasikan kepada pihak yang berwenang untuk mengambil tindakan apabila peringatan tidak diindahkan;
- Membekukan dan/atau membatalkan sertifikat Syariah bagi LKS, LBS, dan LPS lainnya yang melakukan pelanggaran;
- Menyetujui atau menolak permohonan LKS, LBS, dan LPS lainnya mengenai usul pergantian dan/atau pemberhentian DPS pada lembaga yang bersangkutan
- Merekomendasikan kepada pihak terkait untuk menumbuhkembangkan usaha bidang keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah;
- Menjalin kemitraan dan kerja sama dengan berbagai pihak, baik dalam maupun luar negeri untuk menumbuhkembangkan usaha bidang keuangan, bisnis, dan ekonomi syariah

J. Penelitian Terdahulu

Usaha penelitian ini sejauh ini belum di temukan judul penelitian yang

sama selama ini, namun beberapa penelitian yang sedikit berkaitan dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Jurnal	Judul Peneliti
A. Luar Negeri			
1.	Dr. Sherap Bhutia, (2015) ¹²¹	Global Journal of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: B Geography, Geo-Sciences, Environmental Science & Disaster Management Volume 15 Issue 3 Version 1.0.	Sustainable Tourism Development in Darjeeling Hills of West Bengal, India: Issues & Challenges
Temuan : Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pariwisata ini telah dipertimbangkan secara serius dalam strategi pembangunan sustainable nasional di banyak negara berkembang dan ditempatkan pada banyak agenda konferensi internasional tentang pembangunan sustainable/pariwisata dalam arti luas dan telah ada untuk waktu yang lama dalam wilayah Bukit Darjeeling di Benggala Barat. Kegiatan pariwisata masih dalam negara konvensional, tidak dimasukkan ke dalam jalur dari konsep modern meskipun upaya yang dilakukan untuk memberikan bentuk nyata di bawah eco-tourism tetapi tidak berhasil. Berdasarkan sumber sekunder, literatur dan diskusi dengan para kunci stake holder dan interaksi dengan turis, serta keberadaan skenario dan situasi turis yang telah dipelajari. Darjeeling menerima sekitar 3,5 lakhs wisatawan domestik setiap tahunnya, selain 50.000 orang asing.			
2	Hamira Zamani-Farahani, Joan C. Henderson, (2010)	Internasional Journal Research. 12, 2010, 79-89.	Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia
Temuan : Tulisan ini berkaitan dengan efek agama negara pada pengembangan pariwisata di negara-negara Muslim dengan referensi khusus ke Iran dan Arab Saudi. Aspek hubungan antara Islam dan pariwisata diselidiki secara keseluruhan dan isu-isu pariwisata kebijakan, manajemen dan pemasaran dan keterlibatan masyarakat dalam konteks dari dua kasus yang dibahas. Itu keadaan khas yang berlaku di Iran dan Arab Saudi yang disarankan, tetapi lebih wawasan umum juga disajikan ke dalam interaksi antara dan manajemen pariwisata dan Islam.			
3	Sureerat Chookaew, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, dan Sudarat Nimpaya, (2015)	Journal of Economics, Business and Management, Vol.3 No.7	<i>"Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country"</i>
Temuan : Penelitian ini menarik kesimpulan bahwa inisiatif pengembangan pariwisata Halal atau wisata halal di Thailand yang akan fokus pada hotel halal, makanan halal dan spa halal, layanan ketika para wisatawan Muslim bepergian. Karenapermintaan dari pasar Muslim terhadap layanan halal. Oleh karena itu, sangat penting bagi Thailand untuk mengembangkan konsep bisnis pariwisata halal.Selanjutnya, pariwisata halal akan langsung memenuhi kebutuhan muslim, dengan demikianitu akan menjadi salah satuproduk terbaik			

¹²¹Dr. Sherap Bhutia, "Sustainable Tourism Development in Darjeeling of West Bengal, India : Issues & Challenges, Vol.15 No.3, 2015.

	untuk industri pariwisata di Thailand		
B. Indonesia			
4	Aan Jaelani (2017)	Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper No. 76237, 03 Januari	Industri Wisata Halal di Indonesia : Potensi dan Prospek
Temuan : Penelitian ini menegaskan bahwa pariwisata halal adalah industri pariwisata yang telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, meskipun ekonomi dunia melambat. Di Indonesia, pariwisata halal telah lama berkembang dalam bentuk ziarah yang dilakukan oleh orang-orang dengan motivasi agama. Seiring dengan perkembangan ekonomi Islam global, maka jenis pariwisata sedang mengalami metamorfosis yang membutuhkan perubahan yang modern mulai dari atraksi, hotel, hingga pemasaran. Dengan pendekatan fenomenologis, studi ini menyimpulkan bahwa pariwisata halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional untuk posisi Indonesia sebagai pusat pariwisata halal di dunia di masa depan.			
5	Rotua Kristin Simamora, dik (2016)	Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA	Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara
Temuan : Peran Pariwisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dominan sebagai fasilitator dibandingkan dengan peran lainnya yaitu sebagai motivator dan dinamisator. Sebagai Fasilitator, Dalam rangka melaksanakan perannya sebagai fasilitator, Dinas Pariwisata mewujudkannya dengan cara menyediakan fasilitas sarana prasarana di obyek wisata, memberikan fasilitas kepada para investor dan pengusaha wisata berupa kebijakan dan peraturan yang dapat melindungi serta menguntungkan pihak investor dan pengusaha wisata, memasarkan obyek wisata, memfasilitasi kelompok masyarakat sadar wisata agar mendapatkan dana <i>stimulant</i> , dan lain sebagainya. Sebagai Motivator, Dinas Pariwisata sebagai salah satu <i>stakeholder</i> pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dibutuhkan perannya dalam rangka memotivasi masyarakat, investor dan pengusaha wisata.			
6	Dini Andriani, dkk (2015)	Penelitian Kementerian Pariwisata.	Kajian Pengembangan Wisata halal
Temuan : penelitian ini bertujuan mendeskripsikan potensi destinasi wisata halal di Indonesia, menganalisis kesiapan masing-masing destinasi wisata melalui persepsi pelaku usaha wisata dan wisatawan dalam mengembangkan wisata halal di Indonesia, dan menghasilkan strategi yang tepat untuk mengembangkan wisata halal sesuai karakteristik destinasi wisata di Indonesia. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui FGD, wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang wisatawan di Aceh dan Manado. Berdasarkan hasil kajian ini, Aceh sudah cukup optimal mencanangkan wisata halal dalam produk wisatanya namun masih memerlukan beberapa perbaikan atau strategi dalam menggaet wisman Malaysia sebagai market utamanya. Sementara, Manado ditemukan belum optimal atau belum siap dalam pengembangan wisata halal dan masih cukup banyak yang harus disiapkan jika akan mengembangkan wisata halal.			
7	Haidar Tsany Alim, (2015)	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Pkm-P Didanai Dikti . Pp. 1-10	Analisis Potensi Pariwisata halal dengan Menoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta
Temuan : Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa pariwisata halal di Jawa Tengah dan Yogyakarta yang potensial, ditafsirkan sebagai wisata religi. Untuk pengembangan pariwisata halal, industri kreatif harus memainkan peran sebagai pilar pariwisata halal dalam hal perencanaan, publisitas, paket, dan penentuan tujuan wisata. Akhirnya,			

	pariwisata halal perlu rekonstruksi pada pedoman pariwisata halal dapat rekomendasi kami. Pedoman ini penting karena akan menjadi standar bagi para pemangku kepentingan pariwisata dalam mendefinisikan pariwisata halal.		
8	KN. Sofyan Hasan, (2014)	Jurnal Dinamika Hukum, Vol.14, No.2, Mei, Palembang.	Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan
	Temuan : Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk pangan sesuai dengan syari'at Islam, bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi yang mengkonsumsinya. Namun, regulasi yang ada masih terkesan sektoral, parsial dan inkonsistensi serta tidak sistemik dan sertifikasi halal ini bukan merupakan suatu kewajiban (mandatory) bagi pelaku usaha, tetapi bersifat sukarela (voluntary). Akibatnya sertifikasi halal dan label halal belum mempunyai legitimasi hukum yang kuat, sehingga tidak menciptakan jaminan kepastian hukum kehalalan produk pangan. Untuk ini, RUU JPH segera menjadi undang-undang dan memberikan otoritas kepada MUI untuk melakukan sertifikasi halal melalui LPPOM MUI dan Komisi Fatwa. Dan pemerintah berfungsi sebagai regulator, sehingga dapat menciptakan ketidakpastian hukum.		
9	Kurniawan Gilang Widagdyo, (2015)	The Journal of Tauhidinomics, Vol. 1, No. 1, 73-80	Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia
	Temuan : Studi ini berfokus pada analisis pasar pariwisata halal di industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia. Berikut ini adalah penjelasan dari fenomena terbaru dari "pariwisata Halal" dan "Hospitality Islam" digambarkan melalui contoh yang dipilih dari negara-negara Muslim di dunia, berdasarkan permintaan dan syariah compliance. Pengembangan "berorientasi Islami" standar juga dibahas sehingga menimbulkan konsep baru seperti "Syariah," yang mengacu pada pertimbangan Islam menjadi bebas alkohol, perjudian gratis, dan ketersediaan "Halal" makanan. Terakhir, penelitian ini membahas tren dan tantangan yang terkait dengan pariwisata Halal masa depan.		
10	Maria Pia Adiati, Anwar Basalamah, (2015)	Jurnal Binus Business Review, Vol.5, No.1, Mei, 80-90	Kondisi Pariwisata Berkelanjutan di Bidang Sosial Budaya Berdasar Pengalaman dan Harapan Pengunjung di Pantai Tanjung Papuma, Jember.
	Temuan : Jember menjadi terkenal sejak acara Jember Fashion Carnaval (JFC) yang telah dimulai sejak tahun 2003. Seiring dengan keberhasilan JFC, Jember mengambil momen ini untuk memperkenalkan daerah ini sebagai menarik tujuan wisata selain JFC. Papuma beach sekarang menjadi ikon wisata dari Jember. Dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, ada tiga pilar yang perlu diperhatikan dan mereka lingkungan, ekonomi dan sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pendapat pengunjung ke pariwisata negara Papuma Beach. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengambil dimensi sosial yang lebih spesifik sebagai indikator, yaitu kepuasan pengunjung. Dalam penelitian ini, beachgoers diminta untuk menggambarkan pengalaman mereka di Papuma Beach, dengan meminta mereka beberapa indikator, seperti keberadaan masyarakat transportasi, atraksi, fasilitas, akses, layanan tambahan, dan pengalaman.		
11	Muh. Aminuddin, (2016)	Jurnal SHAHIH-Vol. 1, No. 1, Surakarta	Sertifikasi Produk Halal : Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand
	Temuan : Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan hubungan antara agama dan negara dalam penanganan sertifikasi produk halal di Indonesia dan Thailand. Indonesia pada awalnya sertifikasi halal merupakan gerakan civil society yang didukung negara, yaitu LPPOM MUI. Tujuan utamanya adalah melindungi umat islam dari barang-barang haram. Namun dengan keluarnya Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, penanganan sertifikasi halal akan dilakukan oleh lembaga negara, yaitu Badan		

	penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Sedangkan di Thailand sertifikasi halal menjadi wewenang penuh Central Islamic Council Of Thailand (CICOT), semacam MUI di Indonesia. Di Thailand sertifikasi produk halal sangat membantu negara di sektor ekonomi, terutama untuk kepentingan ekspor makanan ke negara-negara muslim serta menarik wisatawan muslim ke Thailand.		
12	Widyarini, Fitri Kartini, (2014)	Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. IX, No.1, Desember , hlm. 83-94.	Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah
	Temuan : Perkembangan dunia bisnis di Indonesia maju dengan pesat, baik bisnis dalam bidang industri maupun jasa. Bisnis perhotelan merupakan salah satu bisnis di bidang jasa yang sedang menjamur di kota Yogyakarta. Yogyakarta selain mendapat sebutan kota pelajar juga merupakan kota wisata. Sehingga usaha di bidang perhotelan mengalami persaingan ketat, dalam usaha meningkatkan tingkat hunian kamar. Hotel bukan merupakan suatu obyek pariwisata melainkan sarana dalam bidang kepariwisataan, sehingga manajemen perlu mengadakan kerja sama dengan pihak lain, agar mudah dikenal oleh para tamunya. Misal bekerjasama dengan tempat rekreasi, tour travel dan hiburan. Dengan strategi tersebut diharapkan penjualan jasa perhotelan dapat meningkat, karena para wisatawan selain berwisata pasti akan membutuhkan hotel sebagai tempat beristirahat.		
13	Khusnul Khotimah, dkk (2017)	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 41 No.1 Januari 2017	Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto)
	Temuan: Ketersediaan aspek aksesibilitas, amenitas dan <i>ancillary service</i> sudah cukup memadai namun masih perlu perbaikan dalam penyediaan transportasi khusus Trowulan, penyediaan <i>homestay</i> , pos informasi pariwisata, <i>Money changer</i> , gedung pertunjukan, fasilitas ATM, pos kesehatan dan pos keamanan. Kesiapan dan peran kelembagaan dalam kegiatan pariwisata perlu diperbaiki lagi terutama dalam hal kerjasama antara lembaga dari unsur pemerintah, swasta dan masyarakat. Terdapat faktor pendorong meliputi nama besar Majapahit dan dukungan pemerintah. Sedangkan faktor penghambat berupa kurangnya dana, kurangnya promosi, minimnya sarana prasarana, minimnya SDM profesional di bidang pariwisata dan munculnya isu-isu negatif terkait dengan pengembangan kawasan situs Trowulan.		
14	Muhammad Jeffry Maulidi (2019)	Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 6 No. 1, Januari 2019	Wisata Halal dan Identitas Islami: Studi Kasus Lombok, Nusa Tenggara Barat
	Temuan: Pelekatan identitas Islami itu hanya berwujud pada simbolisasi pembangunan mesjid dan destinasi wisata halal yang tidak atau belum banyak melibatkan masyarakat lokal setempat yang mayoritas adalah Muslim yang taat. Pendidikan multikulturalisme dalam pengembangan karakter identitas Islam termasuk di wilayah NTB perlu diwujudkan secepat mungkin dengan mempertimbangkan perkembangan perilaku sosial yang berkembang sebagai dampak dari kehidupan moderen yang terlalu kapitalis. Upaya mempraktikkan identitas budaya Islam melalui pembangunan Daerah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) merupakan kebijakan yang lebih menguntungkan kepentingan pro bisnis. “Wisata halal” yang menjadi ikon bagi masyarakat NTB belum sepenuhnya melibatkan partisipasiwarga termasuk generasi muda di wilayah setempat. Mandalika sebagai destinasi pariwisata kelas dunia di Indonesia dan menjadi Kawasan Ekonomi Khusus juga merupakan program prioritas dari pemerintah pusat.		
15	Riyan Pradesyah dan Khairunnisa (2018)	INTIQAD: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam, December 2018	Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan)

	<p>Temuan :</p> <p>Hotel Syariah yang ada di Kota Medan sudah memenuhi persyaratan atau memenuhi peraturan yang telah di keluarkan oleh Dewan Syariah Nasional, tentang penyelenggaraan wisata halal yang ada di Indonesia. Tetapi ketika peneliti melakukan penelitian tersebut, peneliti masih banyak menemukan kegagalan yang terjadi, seperti kurangnya sosialisasi dewan syariah terhadap peraturan yang telah dibakukan. Jadi ketika peneliti menanyakan tentang peraturan DSN, banyak penyelenggara yang amsih belum mengetahui, dan mereka hanya melihat peraturan atau referensi pendirian hotel syariah dari internet. Maka dari itu, seharusnya DSN mensosialisasikan tentang peraturan yang dibuat, sehingga penyelenggara wisata syariah tidak tabu lagi terhadap peraturan yang ada.</p>		
16	<p>Kurniawan Gilang Widagdyo (2015)</p>	<p><i>The Journal of Tauhidinomics</i> Vol. 1 No. 1 (2015): 73-80</p>	<p>Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia</p>
	<p>Temuan :</p> <p>Timur Tengah adalah prospek untuk wisatawan berpotensi dimasa depan titik keberhasilannya terletak pada rencana promosi dan pemasaran yang efektif. Karakteristik dan perilaku pasar sangat menentukan keberhasilan komunikasi pasar. Pada saat ini pasar Timur tengah saja yang tergabung negara Arab yang tingkat belanja dan berwisata <i>out bound</i> sudah cukup tinggi. Pendekatan strategi promosi perlu ditingkatkan dengan menggunakan media promosi seperti iklan media Elektronik dan media cetak di negara tersebut, membuat <i>gimmick di Airport</i> kedatangan untuk wisatawan dalam bahasa Arab, mengadakan kerjasama dengan agensi MICE untuk membuat event di Indonesia dan mengundang <i>travel agent</i> dan <i>travelling wholesales</i> di kota tersebut untuk mengunjungi Indonesia.</p> <p>Pasar Timur tengah tetap menarik bagi Indonesia karena mereka sangat berpotensi untuk membelanjakan kualitas yang tinggi. Penduduk yang melakukan perjalanan ini rata-rata berusia 30-45 tahun, bepergian dengan kelompok besar/keluarga, maka strategi komunikasi pemasaran sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik usia dan motivasi perjalanannya yang sebagian besar untuk bisnis</p> <p>Hubungan dengan <i>local Travel Agent</i> perlu ditingkatkan dan dijaga dengan baik seperti dengan adanya Fam Trip, Travel Mart, training untuk product knowledge serta pemberian insentif bagi para agensi perlu ditingkatkan, sedangkan untuk menjangkau pasar sasaran dengan tepat maka harus bekerja sama dengan biro perjalanan dan maskapai penerbangan untuk memberikan sales promotion. <i>Tourism Representative Office (VITO)</i> perlu diaktifkan sebagai pemberi informasi mengenai produk-produk yang diminati oleh wisatawan Timur tengah seperti produk Belanja, Art & Heritage, Spa dll , serta informasi lain khususnya Restaurant khas Timur Tengah dan lain-lain.</p>		
17	<p>Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, Ana Kadarningsih (2018)</p>	<p>Human Falah : Volume 5. No.1 Januari – Juni 2018</p>	<p>Desa Wisata Halal : Konsep dan Implementasinya di Indonesia</p>
	<p>Temuan :</p> <p>Sektor pariwisata memiliki kontribusi yang positif dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah ataupun Negara. Wisata halal merupakan implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup di dalam aspek mu'amalah sebagai pengejawantahan aspek kehidupan social budaya dan social ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Praktik wisata dalam perspektif syariah senantiasa dilandaskan terwujudnya kebaikan (masalah) bagi masyarakat baik masalah di dunia maupun di akhirat (fi ad-daraini) secara agregat serta simultan. Oleh karena itu, dengan adanya Desa Wisata Halal ini seyogyanya akan menjadi salah satu bukti fleksibilitas syariah islam alam tataran praktis gaya hidup masa kini (current lifestyle) melalui integrasi nilai halal dan thoyyib dalam sector pariwisata untuk menunjang perekonomian daerah yang barokah.</p> <p>Sektor pariwisata memiliki kontribusi yang positif dalam meningkatkan</p>		

18	Dedy Wijayanto (2019)	Dasar Pengembangan Wisata Halal	Pengembangan Wisata Halal Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat dan Menarik Minat Kunjungan Wisatawan
	Temuan:		
19	Krishna Anugrah, Asminar Mokodongan, Ade Pebriani S, Pulmodoyo (2017)	Potensi Pengembangan Wisata Halal ISSN (print) : 1410 – 7252 ISSN (electronic): 2541 – 5859 Vol. 2 No. 02 Desember 2017	Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersediaan Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo
	Temuan : Uraian penelitian di atas penulis dapat simpulkan bahwa keberadaan restoran yang memiliki sertifikat halal di Kota Gorontalo sudah dapat dikatakan cukup mendukung untuk dilaksanakannya pariwisata halal di Kota Gorontalo. Hal ini dengan pertimbangan waktu kunjungan wisatawan yang singkat yakni hanya 1,52 hari dan frekuensi pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman wisatawan 3 hingga 4 kali saja selama 1,52 hari menginap. Selain itu rata-rata jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Gorontalo adalah 429 orang wisatawan per hari. Sehingga bila dibandingkan dengan jumlah ketersediaan kursi di masing-masing 17 restoran maka dapat terisi 50% nya saja. Pariwisata halal agar dapat berjalan dengan baik maka diperlukan kerjasama yang baik seluruh pemegang kepentingan dalam kepariwisataan. Kerjasama yang erat antar lembaga, usaha-usaha bidang pariwisata dan juga dukungan masyarakat.		
20	Jaelani , Aan (2017)	Halal Tourism Industry in Indonesia : Potential and Prospects	Industri Wisata Halal di Indonesia : Potensi dan Prospek (Halal tourism industry in Indonesia : Potensial and Prospects)
	Temuan : Pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (Muslim dan Non-Muslim). Inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.		
21	Alwafi Ridho Subarkah (2018)	Jurnl Sospol, Vol 4 No 2 (Juli – Desember 2018), Hlm 49-72	Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus : Nusa Tenggara Barat)
	Temuan : Diplomasi publik dengan <i>introducing, increasing positive appreciation, engaging, influencing</i> yang dilakukan oleh Indonesia melalui pembangunan wisata halal di Nusa Tenggara Barat dianggap berhasil terlihat dari kunjungan wisatawan Muslim yang mengalami peningkatan dan menarik perhatian investor asing dalam mengembangkan wisata. Jika dilakukan dengan baik dan melihat dari perkembangan wisata Indonesia, kepentingan nasional seperti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 menjadi 20 juta wisatawan mancanegara akan berhasil.		

	Wisata halal dapat dijadikan sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian daerah karena potensi pasar yang terus mengalami peningkatan, serta wisatawan millennial dengan karakteristik tersebut daerah seperti Nusa Tenggara Barat dapat melakukan memenuhi indikator dalam memenuhi kebutuhan fasilitas dan layanan bagi wisatawan Muslim, dengan target pasar utama wisatawan Timur Tengah yang menghabiskan uang untuk berwisata cukup tinggi. Namun perlu diingatkan bahwa wisata halal ini tidak hanya diperuntukkan bagi wisatawan Muslim, wisatawan non-Muslim pun dapat menikmati produk, fasilitas dan layanan wisata halal tersebut.		
22	Barkathunnisha Abu Bakar, Eunice Tan, Sumesh Nair, Tania Lim (2018)	Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Wonderful Millenials Muslims
	<p>Temuan :</p> <p>The current study found MMTs to be a distinct group of travellers who require unique facilities and services, which should be generally Muslim-friendly. To attract the MMTs, the industry should acknowledge the needs of the MMTs (3As) and their values (MMT DNA). As the internet and social environments play key roles in MMTs everyday lives, there is a need for more smartphone interface and digital content on social media to provide accessible information and booking platforms for MMTs to share experiences. Following this exploratory study, future research will explore and propose tool kits for the industry to develop Muslim-friendly products and marketing strategies to cater to the MMTs.</p>		
23	Erica Annuar (2018)	Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Wonderful Millenials Muslims
	<p>Temuan :</p> <p>Based on projections, young Muslims aged 15-29 will comprise nearly 30 percent of the global population by 2030.9 To ignore this trend would be foolhardy. As technology makes booking travel even easier, flights and transportation create links across the Middle East, and North Africa and Asia rapidly expand, Muslim travs are being offerpreviously unavailable to them. These are oft destinations which have traditionally been thought of as difficult for Muslims to visit. However, thanks to an increasing number of NTO campaigns and informational websites dedicated to Muslim-friendly travel, these destinations are now firmly on the radar of Muslim travellers, and are having positive impacts on the overall tourism GDP of those countries.</p> <p>A whole new landscape of travel start-ups dedicated to solving issues faced by Muslim travellers has sprung up, from sites res ravayer times or identifying where to find halal restaurants on-the-go. Furthermore, with such a sizeable market that is only set to grow, there are plenty of commercial opportunities that are still untapped.</p>		
24	Yousef Awad Alsharari		Halalifying Travel : Reaching For The Muslim Milennial Travellers
	<p>Temuan :</p> <p>In conclusion, it can be said that the global Halal industry has grown exponentially over the past few decades. This can be attributed to the increase in Muslim population, as well as the changing economics of this population. Halal tourism has gained significant ground over the past decade. The current trends involving Halal tourism, such as Halal-friendly tourism, GMTI, capital of Halal Tourism etc. are likely to grow in the next few decades. Another trend which is visible is the demand for Halal by non-Muslims. With the population of Muslims increasing across the world, and the disposable income with this population increasing alongside, these trends are likely to continue to grow and get more popular. Also, there are chances of more such trends evolving as the demand for all things Halal grows across the world.</p>		

25	Mochammad Arif Budiman, Manik Mutiara Sadewa, Lusiana Handayani, Mohamad Soleh Nurzaman, Fithra Faisal Hastiadi (2019)	The Connected Visitor Economy Bulletin	The Rising Wave Of The Muslim Millennial Travellers
	Temuan :		
26	Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuryah Asri Sjafirah (2018)	Journal of Contemporary Scientific Research (ISSN (Online) 2209-0142)	Current Trends in the Marketing of Islamic Tourism
	Temuan : Wisata halal merupakan bagian dari industry pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Wisata halal mempertimbangkan hukum Islam dalam menentukan produk dan layanan wisata, seperti hotel, makanan, atraksi, dan perjalanan wisata itu		
27	Rotua Kristin Simamora, dik (2016)	Buletin APBN Vol. IV, Edisi 9, Mei 2019	Delegated Act : Dampak dan Alternatif Kebijakan Potensi dan Tantangan Wisata Halal Indonesia
	Temuan : Peran Pariwisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dominan sebagai fasilitator dibandingkan dengan peran lainnya yaitu sebagai motivator dan dinamisor. Sebagai Fasilitator, Dalam rangka melaksanakan perannya sebagai fasilitator, Dinas Pariwisata mewujudkannya dengan cara menyediakan fasilitas sarana prasarana di obyek wisata, memberikan fasilitas kepada para investor dan pengusaha wisata berupa kebijakan dan peraturan yang dapat melindungi serta menguntungkan pihak investor dan pengusaha wisata, memasarkan obyek wisata, memfasilitasi kelompok masyarakat sadar wisata agar mendapatkan dana <i>stimulant</i> , dan lain sebagainya. Sebagai Motivator, Dinas Pariwisata sebagai salah satu <i>stakeholder</i> pariwisata di Kabupaten Tapanuli Utara dibutuhkan perannya dalam rangka memotivasi masyarakat, investor dan pengusaha wisata.		
28	Khusnul Khotimah, dkk (2017)	Potensi Pengembangan Wisata Halal ISSN (print) : 1410 – 7252 ISSN (electronic): 2541 – 5859 Vol. 2 No. 02 Desember 2017	Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersediaan Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo
	Temuan : Ketersediaan aspek aksesibilitas, amenitas dan <i>ancillary service</i> sudah cukup memadai namun masih perlu perbaikan dalam penyediaan transportasi khusus Trowulan, penyediaan <i>homestay</i> , pos informasi pariwisata, <i>Money changer</i> , gedung pertunjukan, fasilitas ATM, pos kesehatan dan pos keamanan. Kesiapan dan peran kelembagaan dalam kegiatan pariwisata perlu diperbaiki lagi terutama dalam hal kerjasama antara lembaga dari unsur pemerintah, swasta dan masyarakat. Sedangkan faktor penghambat berupa kurangnya dana, kurangnya promosi, minimnya sarana prasarana, minimnya SDM profesional di bidang pariwisata dan munculnya isu-isu negatif terkait dengan pengembangan kawasan situs Trowulan.		
29	A. Muchaddam Fahham (2017)	Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara,	Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA
	Temuan : salah satu upaya Pemda NTB dalam mengembangkan wisata halal adalah membuat peraturan daerah tentang Pariwisata Halal sebagai payung hukum bagi Pemda NTB, pelaku usaha, dan masyarakat. Perda ini mengatur industri wisata halal yang meliputi akomodasi, biro perjalanan, restoran, dan <i>solus per aqua</i> (SPA). Pengelolaan industri wisata halal itu harus mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dewan		

	Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Meskipun pernah memperoleh penghargaan sebagai <i>World's Best Halal Tourism</i> dan <i>World's Best Halal Honeymoon Destination</i> dan telah memiliki payung hukum untuk mengembangkan wisata halal, Pemda NTB masih menghadapi berbagai tantangan, di antara tantangannya adalah <i>pertama</i> , meyakinkan warganya tentang urgensi pengembangan wisata halal di NTB, <i>kedua</i> , penyiapan sumber daya manusia yang kompeten, <i>ketiga</i> , percepatan sertifikasi halal bagi hotel dan restoran. <i>Keempat</i> , sinergi antarpemangku kepentingan dalam proses sertifikasi halal. Dan <i>kelima</i> , wisata halal perlu didukung oleh seperangkat peraturan perundangan yang dapat mensinergikan antarpemangku kepentingan yang terlibat dalam proses serifikasi halal.		
30	Eka Dewi Satriana , Hayyun Durrotul Faridah	Journal of Halal Product and Research (JHPR) Vol. 01 No.02, Mei-November 2018 © Copyright by Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga e-ISSN: 2654-9778	Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan
	<p>Temuan :</p> <p>Wisata halal (halal tourism) merupakan studi yang mulai berkembang beberapa tahun terakhir. Penggunaan terminologi terkait wisata halal juga beragam dan hingga kini masih menjadi perdebatan. Begitu juga dengan prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal yang belum disepakati. Namun, tersedianya makanan yang halal, produk yang tidak mengandung babi, minuman yang tidak memabukkan (mengandung alkohol), ketersediaan fasilitas ruang ibadah termasuk tempat wudhu, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat dan pakaian staf yang sopan merupakan syarat yang mampu menciptakan suasana yang ramah muslim. Adanya peningkatan wisatawan muslim dari tahun ke tahun merupakan peluang dan tantangan bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata halal. Banyak negara-negara (baik mayoritas muslim maupun non-muslim) berupaya mengembangkan wisata halal. Namun, dilihat dari konsep dan prinsip wisata halal yang ada, negara-negara tersebut umumnya hanya mencoba menciptakan suasana yang ramah muslim. Pengembangan wisata halal perlu untuk dilakukan, salah satunya dengan melakukan berbagai penelitian atau kajian. Hingga kini, penelitian terkait wisata halal masih terbatas, terutama di Indonesia. Salah satu penelitian yang mungkin dapat dilakukan yakni terkait persepsi wisatawan non-muslim terhadap wisata halal.</p>		
31	Hendri Hermawan Adinugraha	<i>HUMAN FALAH</i> : Volume 5. No. 1 Januari – Juni 2018	Desa Wisata Halal: Konsep Implementasinya Di Indone
	<p>Temuan :</p> <p>Sektor pariwisata memiliki kontribusi yang positif dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah ataupun negara. Wisata halal merupakan implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup di dalam aspek mu'amalah sebagai pengejawantahan aspek kehidupan sosial budaya dan sosial Ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Praktik wisata dalam perspektif syariah senantiasa dilandaskan terwujudnya kebaikan (<i>maslahah</i>) bagi masyarakat baik maslahat di dunia maupun di akhirat (<i>fi ad-daraini</i>) secara agregat serta simultan. Oleh karena itu, dengan adanya Desa Wisata Halal ini seyogyanya akan menjadi salah satu bukti fleksibilitas syariah Islam dalam tataran praktis gaya hidup masa kini (<i>current lifestyle</i>) melalui integrasi nilai <i>halal</i> dan <i>thoyyib</i> dalam sektor pariwisata untuk menunjang perekonomian daerah yang <i>barokah</i>.</p>		

K. Kerangka Pemikiran

Pada umumnya pengembangan pariwisata (berkelanjutan) dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu menetapkan potensi daya tarik wisata dalam rangka memberdayakan sosial-ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat; menciptakan daerah wisata yang unik untuk dikunjungi melalui

program Sapta Pesona; serta mempersiapkan masyarakat untuk menerima kunjungan wisatawan melalui program kebersihan lingkungan baik sanitasi dan pengelolaan sampah.

Sebagai alat pengujian instrumen, analisis SWOT digunakan untuk melakukan analisis strategis. Analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif melakukan analisis atas lingkungan strategis, yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Terdapat empat unsur yang selalu dimiliki dan dihadapi, yaitu secara internal memiliki sejumlah kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*), dan secara eksternal akan berhadapan dengan berbagai peluang-peluang (*opportunities*) dan ancaman-ancaman (*threats*). Tahapan analisis dalam SWOT adalah memanfaatkan semua data dan informasi dalam model-model kuantitatif perumusan strategi Freddy Rangkuti¹²²

Selanjutnya dilakukn Metode ANP digunakan dalam bentuk penyelesaian dengan pertimbangan dan atas penyusaian kompleksitas masalah secara penguraian sintesis disertai adanya skala prioritas yang menghasilkan pengaruh prioritas terbesar. ANP dapat menjelaskan model faktor-faktor dependence serta *feedback* nya secara sistematis. Pengambilan keputusan dalam aplikasi ANP yaitu dengan melakukan pertimbangan dan validasi atas pengalaman empirikal. Struktur jaringan yang digunakan yaitu *benefit, opportunities, cost and risk* (BOCR) membuat metode ini memungkinkan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi dan menyusun semua faktor yang mempengaruhi output atau keputusan yang dihasilkan Saaty¹²³.

Saaty¹²⁴ membagi prinsip dasar dalam AHP dan ANP menjadi tiga, yakni dekomposisi, penilaian komparasi, dan komposisi hirarki (sintesis). Untuk menstruktur masalah-masalah yang kompleks tersebut perlu di dekomposisikan ke dalam suatu jaringan dalam bentuk komponen- komponen, *cluster-cluster, sub cluster*, dan alternatif. Mendekomposisikan masalah menjadi dalam bentuk kerangka kerja hirarki atau *feedback* dapat juga dikatakan dengan membuat model dengan

¹²² Freddy Rangkuti, (2001: 30) Teknik Analisis SWOT, academia.edu

¹²³ Saaty, (2006) Analytic Network Process : Pengantar Teori dan Aplikasi

¹²⁴ Mega Yulianti, 2013 Penerapan Metode Analytic Network Procces (ANP) Dan Technique For Order Preference By Simillarity To Idel Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Supplier

pendekatan ANP.

Adapun aspek-aspek yang menjadi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Regulasi adalah suatu cara yang digunakan untuk mengendalikan masyarakat dengan aturan tertentu. Bagir Manan berpendapat bahwa peraturan perundang – undangan adalah keputusan tertulis negara atau pemerintah yang berisi petunjuk atau pola tingkah laku yang bersifat mengikat secara umum.¹²⁵ Peran pemerintah di Indonesia disamping berfungsi utama sebagai regulator dalam menentukan norma, standar, prosedur dan kriteria pengembangan kepariwisataan, juga masih terlibat secara langsung dalam manajemen pengembangan kepariwisataan. Selain itu peran pemerintah adalah sebagai fasilitator dalam program promosi dan pemasaran kepariwisataan nasional serta pengembangan Destinasi Pariwisata pada tingkat Nasional (DPN), Kawasan Strategis Pariwisata tingkat Nasional (KSPN) maupun Kawasan Khusus Pariwisata Nasional (KPPN). Pemerintah daerah Provinsi mempunyai fungsi melaksanakan tugas pembantuan untuk melakukan promosi dan pemasaran kepariwisataan provinsi. Sedangkan untuk Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, mempunyai peran utama untuk bekerjasama dengan pemangku kepentingan yang lain (Industri dan Masyarakat) untuk menyusun Peraturan Daerah Kabupaten/Kota dan mengimplementasikannya sesuai dengan amanah Undang-Undang No.10 Tahun 2009.¹²⁶ Pemerintah pusat juga bertugas untuk membuat sertifikasi kompetensi yang dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) bidang pariwisata yang dilaksanakan pada saat proses, hasil pembelajaran atau hasil pengalaman kerja pada usaha pariwisata.¹²⁷ Sertifikasi di bidang pariwisata bertujuan untuk memberikan pengakuan terhadap kompetensi tenaga kerja dan sekaligus meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja.¹²⁸ Selain itu pembuatan sertifikasi halal juga dilakukan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah. Sertifikasi halal

¹²⁵ Bagir manan, 1992, *Dasar – Dasar Perundang – Undangan Indonesia*, Ind-Hill-Co, Jakarta, hlm. 18

¹²⁶ Khotimah, Khusnul., Wilopo, Hakim, Luchman. 2017. Strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (studi kasus pada kawasan situs trowulan sebagai pariwisata budaya unggulan di kabupaten Mojokerto). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol. 41 No. 1, hal. 56 - 65

¹²⁷ Surono, “Kebijakan Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional dalam Menghadapi AEC”, diakses dari webcache.googleusercontent.com, pada tanggal 24 April 2016, pukul 10.25.

¹²⁸ Sapt Nirwandar, op. cit., 2013

ini akan di kelola, dibina, dan diawasi langsung oleh MUI.

2. Daerah destinasi wisata halal berkaitan langsung dengan daya tarik, SDM, Amenitas, Aksesibilitas dan Teknologi. Menurut UU Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, destinasi wisata adalah kawasan geografis yang spesifikasi berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait.
 - a. Daya tarik destinasi wisata berupa alam, buatan/minat khusus, budaya dan event. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 5, Objek Wisata atau disebut Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Obyek daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu: obyek wisata alam atau lingkungan (ekowisata), obyek wisata sosial budaya dan obyek wisata minat khusus (*Special Interest*).¹²⁹ Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang ke obyek wisata¹³⁰.
 - b. SDM yang terdiri dari sertifikasi kompetensi, kinerja dan juga sikap dari masyarakat lokal. Sertifikasi kompetensi akan sangat berpengaruh terhadap persaingan, hal ini dapat dilihat dengan jelas pengelolaannya dari yang sudah memiliki sertifikat kompetensi dengan yang belum.¹³¹ Sertifikasi kompetensi ini akan mempengaruhi kinerja dari para pelaku dan sikap yang baik. Sertifikat ini juga berguna untuk membina dan mengendalikan sikap dan tingkah laku mereka yang menyuguhkan kinerja terbaik mereka kepada wisatawan.
 - c. Amenitas yang terdiri dari akomodasi halal, kuliner halal, cinderamata

¹²⁹Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

¹³⁰Gamal, Suwanto. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

¹³¹ Surono, "Kebijakan Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional dalam Menghadapi AEC", diakses dari webcache.googleusercontent.com, pada tanggal 24 April 2016, pukul 10.25.

dan biro perjalanan halal. Menurut Inskeep fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, *souvenir*, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), (*tourist infomation office*), rumah sakit, bar, tempat kecantikan¹³². Semua ini berkaitan dengan peraturan pemerintah yang mengatur tentang sertifikasi halal. dengan adanya sertifikat halal baik akomodasi, kuliner, maupun biro perjalanan akan berjalan dengan diterapkannya kewajiban sertifikasi halal di tiap daerah oleh pemerintah baik pusat maupun daerahnya yang harus bersinergi.

- d. Aksesibilitas yang terdiri dari Moda transportasi, terminal, rute/pola perjalanan dan infrastruktur. Menurut Sunaryo, aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait” Menurut French dalam Sunaryo menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.¹³³ Aksesibilitas ini juga berkaitan dengan peraturan pemerintah. Dengan diterapkannya peraturan daerah yang mendukung dilaksanakannya wisata halal maka akan mempermudah terbangunnya akses di daerah – daerah wisata.
- e. Teknologi yang didukung oleh fasilitas internet, bisnis berbasis IP, hiburan halal berbasis IT dan media sosial. Bitner mengemukakan bahwa komunikasi massa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.¹³⁴ pencarian informasi oleh para wisatawan, ada pola atau kerangka yang dilakukan oleh para wisatawan. Pertama dari informasi yang berkembang (*Ongoing information*) kemudian masuk kepada tahap pra penentuan tujuan

¹³² Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning And Suistainable Deplopmnt Approach*. Van Nostrand Reinblod, New York

¹³³ Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media

¹³⁴ Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya

wisata. Pada tahap ini mereka juga tetap melakukan pencarian informasi di internet, meski mereka sudah pernah ke tempat tujuan itu.

¹³⁵Teknologi informasi yang memungkinkan turis mengakses tentang wisata yang ada di Indonesia; Kesiapan masyarakat Investasi yang belum banyak berkembang di daerah (hotel, restaurant, jasa penyewaan transportasi, peralatan dan lain-lain¹³⁶. pemerintah daerah juga dapat mempromosikan daerahnya melalui media sosial yang dapat menjangkau banyak orang. Hal ini juga mempermudah wisatawan untuk menemukan tempat unik dan menarik yang ditawarkan dari tiap – tiap daerah.

- f. Dari sisi masyarakat, pengembangan wisata halal akan sangat berdampak terhadap gaya hidup dan juga pola pikir masyarakat. Menurut Mikkelsen, ada tiga alasan utama mengapa partisipasi masyarakat mempunyai sifat sangat penting. Pertama, partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat. Kedua masyarakat akan lebih percaya apabila dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaan yang akan menimbulkan rasa memiliki. Ketiga timbul anggapan bahwa apabila masyarakat dilibatkan maka mereka akan beranggapan mempunyai hak untuk turut memberikan saran.¹³⁷

Saat ini pemerintah telah membuat program Sadar Wisata agar masyarakat memiliki kesadaran terhadap potensi wisata yang dimiliki daerahnya. Kelompok sadar wisata sangat berperan dalam membangun bidang pariwisata dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat di bidang pariwisata¹³⁸. Selain Sadar wisata ada juga program SAPTA PESONA Sapta Pesona merupakan jabaran konsep Sadara Wisata, yang terkait dengan dukungan

¹³⁵ Pan, B., & Turner, G.B. (2006). *Tourist information search and acquisition: An extended framework*. Annual Conference of Atlantic Marketing Association, Charleston, SC, USA

¹³⁶ Sri Anindiati Nursastri, “7 masalah utama pariwisata di Indonesia”, diakses dari (<https://travel.detik.com/read/2014/02/26/7-masalah-utama-pariwisata-di-indonesia>), 27 Desember 2016, pukul 15.25.

¹³⁷ Britha Mikkelsen. 2011. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan*, Yayasan Obor Indonesia

¹³⁸ Sari, Nur Rika Puspita. 2012. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo Di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul*. Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong dan tumbuh berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur : Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.

Konsumen wisata halal bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Sebagai salah satu kriteria umum pariwisata halal yaitu , menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal masyarakat memerlukan edukasi yang tepat untuk menyadari pentingnya hal ini.¹³⁹

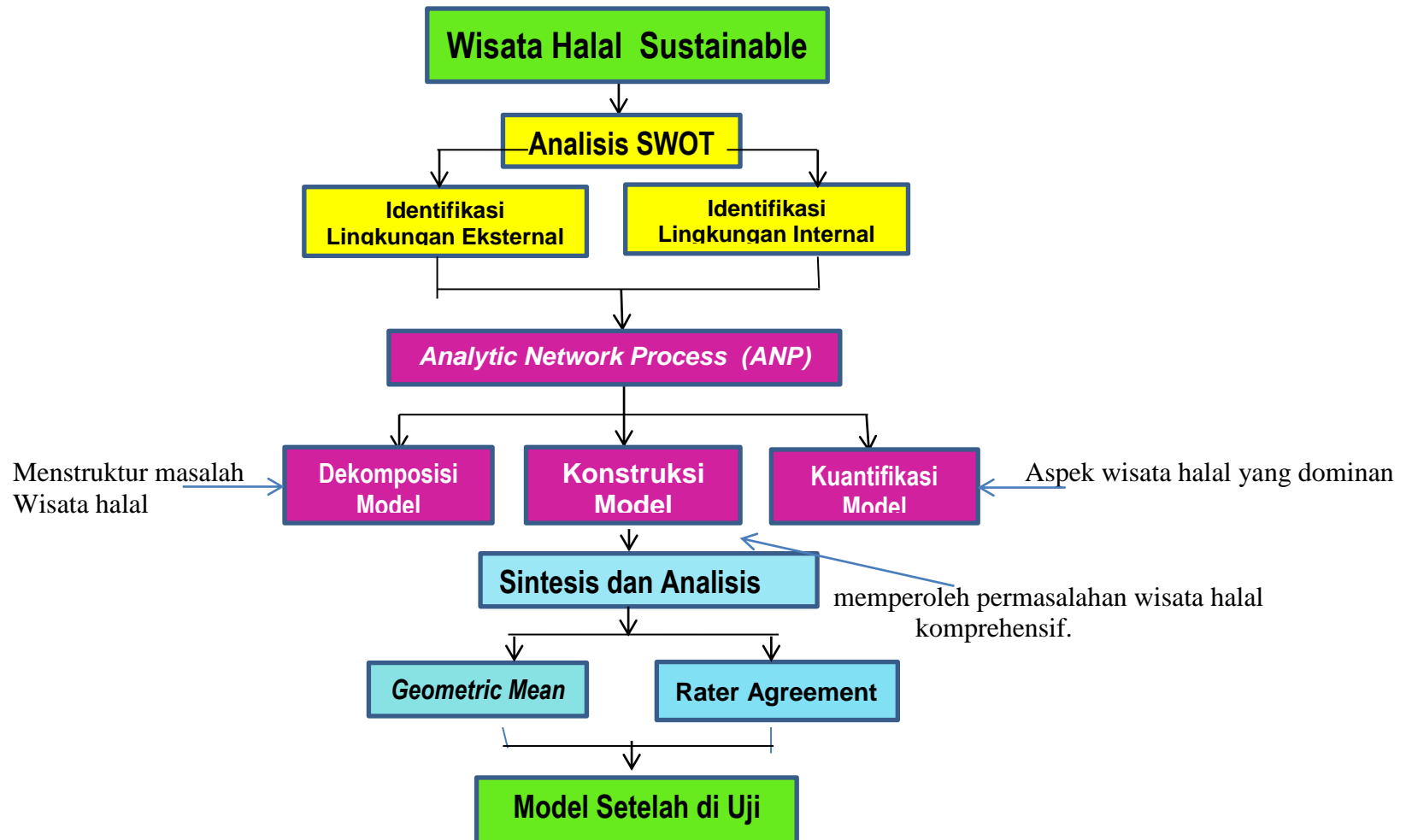
Tokoh masyarakat/Intelektual mempunyai peranan besar dalam satu masyarakat dan memiliki kekuasaan yang dapat mempengaruhi orang lain. Tokoh masyarakat ialah seseorang yang disegani dan dihormati secara luas oleh masyarakat dan dapat menjadi faktor yang menyatukan suatu bangsa – negara.¹⁴⁰

Tahapan pada metode ANP dilakukan dengan tahapan konstruksi model, kuantifikasi model serta sintesis dan analisis. Namun sebelumnya dilakukan dekomposisi untuk mentruktur masalah wisata halal . Selanjutnya setelah Sintesis dan analisis dilakukan dengan dua cara berikut : *Geometric Mean* dan *Rater Agreement*.

¹³⁹Sofyan, R, *Prospek bisnis pariwisata syariah*. Jakarta: Republika, 2012.

¹⁴⁰Surbakti. 1992. Memahami ilmu politik, PT. Grasindo, Jakarta.

Gambar : Kerangka Pemikiran



Sumber: Penulis (2020)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam adalah deskriptif, yaitu suatu metode yang meneliti mengenai status dan obyek tertentu, kondisi tertentu, sistem pemikiran atau suatu kejadian tertentu pada saat sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Metode deskriptif digunakan untuk mengkaji sesuatu seperti apa adanya (variabel tunggal) atau pola hubungan (korelasional) antara dua variable atau lebih.¹

B. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran Kamus Bahasa Indonesia². Dalam penelitian ini subjek atau *stakeholdernya* adalah para ahli yang menguasai tentang wisata halal dan sertifikasi halal dan sertifikasi SDM.

C. Objek Penelitian

Obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian Kamus Bahasa Indonesia³. Menurut Supranto⁴ obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas Anto Dayan⁵, obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah wisata halal yang ada di Indonesia diwakili 4 daerah/provinsi di Indonesia.

D. Informan Penelitian

Informan adalah narasumber yang akan memberikan informasi tentang

¹ Prasetya Irawan. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: DIA FISIP UI, 2006). h. 101.

² Kamus Bahasa Indonesia, (1989: 862) Subjek dan Objek Penelitian

³ Ibid

⁴ Supranto (2000: 21) Objek Penelitian

⁵ Anto Dayan, 1986, Pengantar Metode Stistik II, Penerbit LP3ES, Jakarta

wisata halal. Narasumber untuk penelitian ini sebanyak 18 orang. Dimana masing-masing daerah diwakili oleh 4 orang pakar, dari berbagai instansi yang mewakili pemerintah pusat dan pemerintah daerah, pelaku bisnis dan masyarakat.

Pemilihan narasumber ditentukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap permasalahan yang diteliti serta pengetahuan dan pengalamannya terhadap permasalahan. Karena tujuan penelitian adalah menggali informasi mengenai wisata halal di Indonesia khususnya di daerahnya dari para ahli. Dengan demikian, responden ditunjuk berdasarkan keahliannya. Adapun kriteria dari responden tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria informan Ahli

No	Kelompok informan	Kriteria	Jumlah (orang)
1	Kementrian Pariwisata dan jajarannya	Memiliki pengetahuan dan perkembangan wisata halal, sehari-harinya beraktivitas di bidang wisata halal atau yang berkaitan	3
2.	Pemerintah (Dinas Pariwiata, Pemda,) di daerah	Masa pengabdian minimal 3 tahun, pernah terlibat dalam program kegiatan wisata halal,diutamakan yang terlibat dalam pengelolaan , pembinaan dan pengawasan wisata halal di daerahnya	4
3.	Pelaku Bisnis (diwakili oleh pengusaha hotel, mewakili pengusaha spa, biro perjalanan, kuliner dan fashion)	Berpengalaman minimal 3 tahun di bidang Usaha terkait di daerah dan memiliki pengetahuan dan juga perkembangan wisata halal di daerah	4
4	LP POM MUI/DSN	Berpengalaman minimal 3 tahun di bidang Usaha terkait di daerah dan memiliki pengetahuan dan juga perkembangan wisata halal di daerah	4
5.	Masyarakat (Akademisi, Tokoh Masyarakat, asosiasi) di daerah	Memiliki pengetahuan dan perkembangan wisata halal, dan diutamakan yang sehari-harinya beraktivitas di bidang wisata ataupun wisata halal	3
Total Informan			18

Sumber : Hasil Penelitian

Diantaranya, narasumber yang berasal dari:

1. **Pemerintah** yang berasal dari :
Kementrian Pariwisata, LPPOM MUI Pusat , Dinas Pariwisata daerah , LP POM MUI Daerah
2. **Pelaku Bisnis** yang berasal dari pengusaha Hotel (mewakili usaha SPA, Kulimer, Biro Perjalanan, hotel, fashion)
3. **Masyarakat** yang berasal dari ; Tokoh Masyarakat, ASOSIASI, Akademisi dll

E. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Juli 2016 dimulai dari studi literature, studi lapangan dengan melihat pameran wisata halal di berbagai lokasi dan juga dari video-video, serta wawancara pendahulu dan akhirnya FGD, langsung terjun ke daerah-daerah dan konfirmasi hasil temuan aspek-aspek wisata halal , hingga bulan November 2019 penelitian ini selesai.

Adapun lokasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah :

1. Nusa Tenggara Barat (Lombok), (penyelenggara wisata halal terbaik dunia dan Indonesia, mewakili daerah yang mendapatkan penghargaan penyelenggara wisata halal terbaik di dunia)
2. Bali, (perkembangan pelaku bisnis halal)
3. Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), (mewakili daerah yang memiliki perda wisata Islam)
4. Sumatera Utara , (daerah yang berpotensi tetapi belum menerapkan wisata halal)

Lokasi penelitian ini dilakukan berdasarkan rekomendasi penetapan destinasi wisata halal oleh pemerintah kecuali Sumatera Utara belum ditetapkan pemerintah, namun tertarik untuk menerapkan wisata halal.

F. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data, dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer diperoleh dengan melakukan survei menggunakan kuesioner terhadap informan, melalui , FGD, wawancara, dan observasi.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat, data yang diperoleh dari hasil pengelolaan pihak kedua dari

hasil penelitian lapangannya⁶. Data ini didapatkan dari literatur-literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berasal dari kantor-kantor pemerintah dan instansi terkait serta gambaran umum lokasi penelitian, dan beberapa informasi lain yang berisikan tentang pariwisata syariah.

G. Identifikasi dan Aspek-aspek Wisata Halal Sustainable

1. Regulasi

Walaupun regulasi tentang wisata halal belum ada dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia, namun beberapa peraturan atau fatwa dan juga peraturan daerah menjadi acuan dalam wisata halal

- **Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 108 Tahun 2016⁷ , tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah**

Peraturan atau Kebijakan tentang pariwisata halal memang belum dimiliki pemerintah Indonesia hingga kini, namun DSN dan MUI telah membuat pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI (X) 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam Jurnal Halal LPPOM MUI,⁸ adapun pihak-pihak dalam penyelenggaraan Pariwisata halal terdiri dari wisatawan : Biro Perjalanan Wisata halal (BPWS) : pengusaha pariwisata, hotel syariah, pemandu wisata dan terapi.

- **Kemenpar dan MUI UU RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal⁹**

Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk menentukan standar halal bagi produk-produk pariwisata. MUI dan Kemenpar menjamin, sertifikasi halal ini tidak hanya bisa dimanfaatkan oleh wisatawan Muslim. Tetapi wisatawan non muslim pun bisa memanfaatkannya. Di dalam UU RI No 33 tahun 2014 tentang

⁶ Iskandar, (2012) “Teknik Pengumpulan Data”

⁷ **Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 108 Tahun 2016⁷**

⁸ Jurnal Halal, “Wisata halal, Sampai dimana?”, LPPOM MUI, No. 126 I Juli-Agustus TH. XX 2017.

⁹ Kemenpar dan MUI UU RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Jaminan Produk Halal yang terdiri dari 11 bab dan 68 pasal telah dijelaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu, Pemerintah bertanggung jawab dalam menyelenggarakan Jaminan Produk Halal (JPH). Dan akan dikenakan pidana sesuai pasal 56 bagi Pelaku Usaha yang tidak menjaga kehalalan Produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal. Tanggal 6 Januari 1989 bertepatan dengan 28 Jumadil awal 1409 H melalui SK No : Kep 018/MUI/I/1989 tentang pembentukan lembaga pengkajian pangan obat-obat dan kosmetik, MUI maka terbentuklah LP-POM MUI.

○ **Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 19 Tahun 2016¹⁰ Tentang Pemberlakuan Wajib Sertifikasi Kompetensi Di Bidang Pariwisata**

Kementrian Pariwisata telah mengeluarkan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Pemberlakuan Wajib Sertifikasi Kompetensi Di Bidang Pariwisata. Menyikapi hal itu Staf Ahli Kemenpar Pariwisata I Gusti Putu Laksaguna mengatakan: “ Industri Pariwisata wajib memiliki sertifikasi kompetensi untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat”¹¹ I Gusti juga mengatakan: “Sertifikasi Kompetensi akan menentukan kualitas bahkan profesionalitas layanan,”¹²

Hal ini sejalan dengan UU Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 2 yang menyatakan sertifikasi kompetensi itu wajib, sebab menyangkut SDM. Namun presentasi tenaga kerja yang memiliki sertifikat kompetensi di lingkup pariwisata masih kecil, hal ini disebabkan pelaku bisnis pariwisata belum paham akan standar dan kualitas layannya.

○ **Peraturan Daerah**

Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 20 Tentang Pariwisata Halal¹³, Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisata,

¹⁰ Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Pemberlakuan Wajib Sertifikasi Kompetensi Di Bidang Pariwisata

¹¹ WE Online /Ant (2018) Kemenpar: *Industri Pariwisata Wajib Memiliki Sertifikasi Kompetensi*

¹² WE Online /Ant (2018) Kemenpar: *Industri Pariwisata Wajib Memiliki Sertifikasi Kompetensi*

¹³ Provinsi Nusa Tenggara Barat No. 2 Tahun 20 Tentang Pariwisata Halal

Perda Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisata Budaya Bali¹⁴
Peraturan Daerah adalah Peraturan Perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dengan persetujuan bersama Kepala Daerah Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisata (gubernur atau bupati/wali kota)¹⁵. Peraturan Daerah terdiri atas: Peraturan Daerah Provinsi dan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota .

2. Destinasi Wisata Halal

Ada beberapa syarat teknis dalam menentukan suatu tujuan wisata atau obyek wisata yang dapat dikembangkan, yaitu (Pitana,¹⁶) :

- Adanya obyek wisata dan daya tarik wisata yang beraneka ragam (site and event attractions).
- Site attraction, adalah hal-hal yang dimiliki suatu obyek wisata sejak objek tersebut sudah ada, atau daya tarik obyek wisata bersamaan dengan adanya obyek wisata tersebut.
- Event attractions, adalah daya tarik yang dibuat oleh manusia.
- Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk mencapai obyek wisata.
- Amenitas, yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas di obyek wisata.
- Organisasi (Tourist Organization), yaitu adanya lembaga atau badan yang mengelola obyek wisata sehingga tetap terpelihara. (Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud);)¹⁷

Menurut Hadinoto¹⁸, ada beberapa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu obyek wisata diantaranya adalah :

- Atraksi Wisata
Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, dan sebagainya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan.

¹⁴ Perda Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisata Budaya Bali

¹⁵ Qanun Aceh Nomor 3 Tahun 2007 tentang Tata Cara Pembentukan Qanun

¹⁶ Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisata

¹⁷ Perda Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisata Budaya Bali

¹⁸ Hestanto Info Bisnis Definisi Pariwisata (Indikator, Perkembangan, Objek dan Daya Tarik)

- Promosi dan Pemasaran
Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi wisata yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi. Untuk perencanaan, promosi merupakan bagian penting.
- Pasar Wisata (Masyarakat pengirim wisata)
Pasar wisata merupakan bagian penting. Walaupun untuk perencanaan belum/ tidak diperlukan suatu riset lengkap dan mendalam, namun informasi mengenai trend pelaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi, dan sebagainya dan wisatawan perlu dikumpulkan dari mereka yang berlibur.
- Transportasi
Pendapatan dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat penyuplai transportasi. Transportasi mempunyai dampak besar terhadap volume dan lokasi pengembangan pariwisata.
- Masyarakat
Penerima Wisatawan yang Menyediakan Akomodasi dan Pelayanan Jasa Pendukung Wisata (fasilitas dan pelayanan).

3. Masyarakat

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Secara umum pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu

- a. Masyarakat. Termasuk ke dalam kelompok masyarakat ini juga tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM, dan media massa.
- b. Swasta, adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha.
- c. Pemerintah, adalah berbagai wilayah administrasi, mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan seterusnya Maha Rani dan Prasetya.¹⁹

Menurut Carter dan Fabricus dalam Sunaryo²⁰, berbagai elemen dasar aspek-aspek wisata sebagai berikut:

¹⁹Maha Rani, Deddy Prasetya, Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang) *Jurnal Politik Muda*, Vol. 3 No. 3, Agustus-Desember 2014, 412-421. Surabaya: FISIP UNAIR, 2014.

²⁰Sunaryo(2013: 172), Perencanaan Pembangunan Pariwisata Dalam Rangka Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Kutai Kartanegara

a. Atraksi dan Daya Tarik Wisata

Atraksi merupakan daya tarik yang akan melahirkan motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata.

b. Amenitas dan Akomodasi Wisata

Berbagai fasilitas wisata aspek amenities paling tidak terdiri dari akomodasi, rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pusat kesehatan, pusat layanan perbankan, sarana komunikasi, pos keamanan, Biro Perjalanan Wisata, ketersediaan air bersih, listrik, dan lain sebagainya.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya.

H. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi dan data yang benar-benar sesuai dan tepat maka perlu dilakukan beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini diantaranya digunakan

- ***Focus Group Discussion (FGD)***,

yaitu suatu forum diskusi yang diadakan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang menjadi akar problem pariwisata di Indonesia khususnya wisata halal, serta pandangan-pandangan dan harapan-harapan dari masing-masing informan dan responden yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai wisata halal sustainable, sertifikasi serta stakeholders terkait.

FocusGroup Discussion (FGD). FGD adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok.²¹ FGD dapat didefinisikan sebagai suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu isu

²¹*Irwanto*. "Focused Group Discussion (FGD)" : Sebuah Pengantar Praktis. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia 2006.

atau masalah tertentu. Irwanto²² mendefinisikan FGD adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi yang sistematis mengenai suatu permasalahan tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok.

Dalam kaitan ini, baik berkedudukan sebagai metode primer atau sekunder, data yang diperoleh dari FGD adalah data kualitatif, di luar fungsinya sebagai metode penelitian ilmiah, Krueger & Casey²³ menyebutkan, FGD pada dasarnya juga dapat digunakan dalam berbagai ranah dan tujuan, misalnya :

1. pengambilan keputusan,
 2. *needs assesment*,
 3. pengembangan produk atau program,
 4. mengetahui kepuasan pelanggan, dan sebagainya.
- **Indepth Interview**, yaitu wawancara secara mendalam untuk menjangkau informasi yang lebih detil khususnya dari pakar-pakar wisata syariah maupun para pelaku wisata syariah terhadap permasalahan dan potensi serta hal-hal yang terkait lainnya, yang belum terdapat di dalam FGD.
 - **Survey**, yaitu pengumpulan data yang dititikberatkan bagi kalangan para pelaku wisata halal dan *stakeholders* maupun pakar untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk analisa kuantitatif dalam kerangka analisis yang akan digunakan kemudian, dilakukan kepada pakar dan seluruh stakeholders lainnya yang dianggap menguasai masalah ini
 - **Study literatur** dengan mempelajari yang ada.

I. Uji Analisis Data

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk melakukan analisis strategis. Analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif dalam membantu menstrukturkan masalah, terutama dengan melakukan analisis atas lingkungan strategis, yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan

²² Irwanto. “Focused Group Discussion (FGD)” : Sebuah Pengantar Praktis. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia 2000

²³ Bagas Abdiel Kharis Theo, 2016 Pemenuhan Kebutuhan Informasi Komunitas Pecinta Bulu Tangkis

lingkungan eksternal. Dalam lingkungan internal dan eksternal ini pada dasarnya terdapat empat unsur yang selalu dimiliki dan dihadapi, yaitu secara internal memiliki sejumlah kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*), dan secara eksternal akan berhadapan dengan berbagai peluang-peluang (*opportunities*) dan ancaman-ancaman (*threats*).

Langkah Menyusun Analisis SWOT

a Pengumpulan data ; Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan Nazir²⁴. Data yang berhubungan erat dengan studi dan objek penelitian. Data yang dikumpulkan dapat berupa data primer maupun sekunder. Data primer didapat melalui beberapa metode. Menurut Moh. Nazir Ph.d²⁵, metode pengumpulan data primer antara lain :

- Metode Pengamatan Langsung ; Metode ini cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Cara mencatat pengamatan tidak mempunyai standar tertentu yang terpenting adalah fenomena dapat dicatat dan perilaku dapat diketahui dengan jelas.
- Metode dengan menggunakan Pertanyaan (Kuesioner), Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dimana yang menulis isinya adalah responden. Dan Wawancara, Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dengan penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan paduan wawancara (*interview guide*)

b Analisis

Analisis merupakan suatu proses yang dapat memberi makna pada data dalam memecahkan permasalahan penelitian dengan memperlihatkan hubungan-hubungan antara fenomena yang kemudian dibuat penafsiran-penafsiran terhadap hubungan antara fenomena yang terjadi Nazir

²⁴ Nazir (1988: 211) Teknik Pengumpulan Data Skripsi

²⁵ Moh. Nazir Ph.d (1988) Metode Penelitian

²⁶. Tahapan analisis dalam SWOT adalah memanfaatkan semua data dan informasi dalam model-model kuantitatif perumusan strategi Freddy Rangkuti²⁷. Analisis SWOT terlebih dahulu dilakukan pencermatan (*scanning*) yang pada hakekatnya merupakan pendataan dan pengidentifikasian sebagai pra analisis Diklat Spamen²⁸.

2. Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Pertama yang harus dilakukan dalam penyusunan strategi dengan menggunakan alat analisis SWOT yaitu dengan menganalisis faktor internal dan eksternal suatu objek penelitian. Hal ini perlu dilakukan agar peneliti mengetahui dan memahami apa saja masalah yang ada dalam internal ataupun eksternal objek wisata halal. Adapun bentuk dari analisis faktor internal dan faktor eksternal adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Matriks Faktor Internal

Kekuatan <i>(Strengths)</i>	Kelemahan <i>(Weakness)</i>
1.	1.
2.	2.
3. Dst	3. Dst

Tabel 3.3
Matriks Faktor Eksternal

Peluang <i>(Opportunities)</i>	Ancaman <i>(Threats)</i>
1.	1.
2.	2.
3. Dst	3. Dst

Sumber : Rangkuti (2016)

3. *Analytic Network Process* (ANP)

Analytic Network Process (ANP) juga merupakan teori matematis yang mampu menganalisa pengaruh dengan pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelesaikan bentuk permasalahan. Metode ini digunakan dalam bentuk

²⁶ Nazir (1988: 211) Langkah Menyusun Analisis SWOT

²⁷ Freddy Rangkuti, (2001: 30) Teknik Analisis SWOT, www.academia.edu

²⁸ Diklat Spamen, (2000: 3) Analisis yang Didasarkan Pada Logika, www.coursehero.com

penyelesaian dengan pertimbangan atas penyesuaian kompleksitas masalah secara penguraian sintesis disertai adanya skala prioritas yang menghasilkan pengaruh prioritas terbesar. ANP juga mampu menjelaskan model faktor-faktor dependence serta *feedback* nya secara sistematis. Pengambilan keputusan dalam aplikasi ANP yaitu dengan melakukan pertimbangan dan validasi atas pengalaman empirikal. Struktur jaringan yang digunakan yaitu *benefit, opportunities, cost and risk* (BOCR) membuat metode ini memungkinkan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi dan menyusun semua faktor yang mempengaruhi output atau keputusan yang dihasilkan Saaty²⁹. Kelebihan ANP dari metode yang lain adalah kemampuannya untuk membantu para pengambil keputusan dalam melakukan pengukuran dan sintesis sejumlah faktor-faktor dalam hirarki atau jaringan. Banyak kelebihan dari metode baru yang diperkenalkan oleh Saaty ini, yang di antaranya adalah kesederhanaan konsep yang ditawarkan. Menurut Saaty Tanjung dan Devi³⁰ dari kesederhanaan metodenya membuat ANP menjadi metode yang lebih umum dan lebih mudah diaplikasikan untuk studi kualitatif yang beragam, seperti pengambilan keputusan, peramalan (forecasting), evaluasi, pemetaan (mapping), strategizing, alokasi sumber daya dan lain sebagainya.

Menurut Saaty ANP digunakan untuk memecahkan masalah yang bergantung pada alternatif-alternatif dan kriteria-kriteria yang ada. Dalam teknik analisisnya, ANP menggunakan perbandingan berpasangan pada alternatif-alternatif dan kriteria proyek. Pada jaringan AHP terdapat level tujuan, kriteria, subkriteria, dan alternatif, dimana masing-masing level memiliki elemen. Sementara itu, level dalam AHP disebut cluster pada jaringan ANP yang dapat memiliki kriteria dan alternatif di dalamnya, yang sekarang disebut simpul.

Selain penggunaan jaringan hirarki, pengambilan keputusan juga dapat dilakukan dengan membuat jaringan *feedback* (jaringan timbal balik). Jaringan ini lebih tepat menggambarkan kondisi masalah penelitian yang

²⁹ Saaty, (2006) *Analityc Network Process : Pengantar Teori dan Aplikasi*

³⁰ Tanjung dan Devi (2013: 214) Penerapan Metode Analytic Network Procces (ANP) Dan Technique For Order Preference By Simillarity To Idel Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Supplier

sangat kompleks sebagaimana telah diungkapkan di awal. Secara ringkas jaringan *feedback* digambarkan pada Gambar 3.2.

Dengan menggunakan jaringan *feedback*, elemen-elemen dapat bergantung atau terikat pada komponen seperti pada jaringan hirarki akan tetapi juga dapat bergantung pada sesama elemen. Lebih jauh lagi, suatu elemen dapat tergantung pada elemen-elemen lain yang ada dalam suatu komponen. Komponen lainnya sebagaimana ditunjukkan pada garis lurus yang menghubungkan antara ke *cluster* lain (yaitu dan) disebut *outer dependence*. Sedangkan elemen-elemen yang akan dibandingkan berada pada komponen yang sama, sehingga pada elemen tersebut membentuk hubungan “garis putaran” maka disebut *inner dependence* Saaty dan Vargas³¹.

4. Landasan ANP

Merupakan metode dengan pendekatan kualitatif di mana data yang akan dijadikan sebagai bahan analisis tidak tersedia, sehingga penelitian harus mencari data secara primer. Oleh karena itu, ANP memiliki tiga aksioma yang menjadi landasan teorinya. Aksioma atau postulat berfungsi untuk memperkuat suatu pernyataan agar dapat dilihat kebenarannya tanpa perlu adanya bukti. Menurut Ascarya Tanjung dan Devi³² aksioma-aksioma tersebut diantaranya:

- a. Resiprokal; aksioma ini menyatakan bahwa jika PC (EA,EB) adalah nilai perbandingan pasangan dari elemen A dan B, dilihat dari elemen induknya C, yang menunjukkan berapa kali lebih banyak elemen A memiliki apa yang dimiliki elemen B, maka $PC (EB,EA) = 1/ PC (EA,EB)$. Misalkan, jika A lima kali lebih besar dari B, maka B besarnya 1/5 dari besar A.
- b. Homogenitas; menyatakan bahwa elemen-elemen yang dibandingkan dalam struktur kerangka ANP sebaiknya tidak memiliki perbedaan terlalu besar, yang dapat menyebabkan lebih besarnya kesalahan dalam

³¹ Universitas Pendidikan Indonesia. Repository.upi.du.perpustakaan.upi.edu

³² Tanjung dan Devi (2013: 214) Penerapan Metode Analytic Network Procces (ANP) Dan Technique For Order Preference By Simillarity To Idel Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Supplier

menentukan penilaian elemen pendukung yang mempengaruhi keputusan.

Jika perbandingan terlalu besar maka akan berdampak pada kesalahan penilaian yang lebih besar. Skala yang digunakan dalam AHP dan ANP berbeda dengan skala yang digunakan pada skala likert umumnya (1 sampai 5). Skala yang digunakan dalam ANP memiliki rentang lebih besar, yaitu 1 sampai 9 bahkan lebih. Berikut skala yang digunakan dalam ANP diringkas pada Tabel 3.4.

- c. Prioritas; yaitu pembobotan secara absolut dengan menggunakan skala interval [0.1] dan sebagai ukuran dominasi relatif.

Aksioma yang ketiga adalah setiap elemen dan komponen yang digambarkan dalam jaringan kerangka kerja baik hirarki maupun *feedback*, betul-betul dapat mewakili agar sesuai dengan kondisi yang ada dan hasilnya sesuai pula dengan yang diharapkan

- d. *Dependence condition*; diasumsikan bahwa susunan dapat dikomposisikan ke dalam komponen-komponen yang membentuk bagian berupa cluster.

5. Prinsip Dasar ANP

Saaty Tanjung dan Devi³³ membagi prinsip dasar dalam AHP dan ANP menjadi tiga, yakni dekomposisi, penilaian komparasi, dan komposisi hirarki (sintesis). Penjelasan lebih lengkap ketiga prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Dekomposisi. Masalah-masalah yang dikumpulkan dengan melakukan studi lapangan ketika penelitian sedang berlangsung merupakan masalah yang sangat kompleks. Untuk menstruktur masalah-masalah yang kompleks tersebut perlu didekomposisikan ke dalam suatu jaringan dalam bentuk komponen-komponen, *cluster-cluster*, *sub cluster*, dan alternatif. Mendekomposisikan masalah menjadi dalam bentuk kerangka kerja hirarki atau *feedback* dapat juga dikatakan dengan membuat model dengan pendekatan ANP.

³³ Mega Yulianti, 2013 Penerapan Metode Analytic Network Procces (ANP) Dan Technique For Order Preference By Simillarity To Idel Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Supplier

- b. Penilaian komparasi. Prinsip ini diterapkan untuk melihat perbandingan *pairwise* (pasangan) dari semua jaringan/hubungan/pengaruh yang dibentuk dalam suatu kerangka kerja. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan antara elemen-elemen dalam suatu komponen yang berbeda atau hubungan antara satu elemen dengan elemen yang lainnya dalam komponen yang sama. Semua pasangan perbandingan itu digunakan untuk memperoleh hasil prioritas „lokal” elemen-elemen dalam setiap komponen. Untuk melakukan penilaian komparasi inilah berlaku aksioma resiprokal. Ma’arif dan Hendri Tanjung dan Devi³⁴ menyebutkan bahwa jika terdapat elemen, maka matriks perbandingan komparasi adalah sejumlah $n \times n$. Oleh karena itu, banyaknya penilaian yang diperlukan untuk menyusun matriks tersebut adalah pertanyaan yang digunakan untuk menilai perbandingan pasangan ini berbeda antara pendekatan AHP dan ANP. Dalam AHP seseorang bertanya “Elemen mana yang lebih disukai atau lebih penting?”, sementara dalam ANP seseorang bertanya “Elemen mana yang mempunyai pengaruh lebih besar?”. Untuk memperoleh hasil prioritas „lokal”, dari setiap matriks penilaian perbandingan pasangan kemudian dicari nilai *eigen vector*.
- c. Komposisi hirarki atau sintesis. Prinsip ini diterapkan untuk mengalikan prioritas lokal dari elemen-elemen dalam *cluster* dengan prioritas global dari elemen induk yang akan menghasilkan prioritas global seluruh hirarki dan menjumlahkannya untuk menghasilkan prioritas global untuk elemen level terendah (biasanya merupakan alternatif).

6 Tahapan ANP

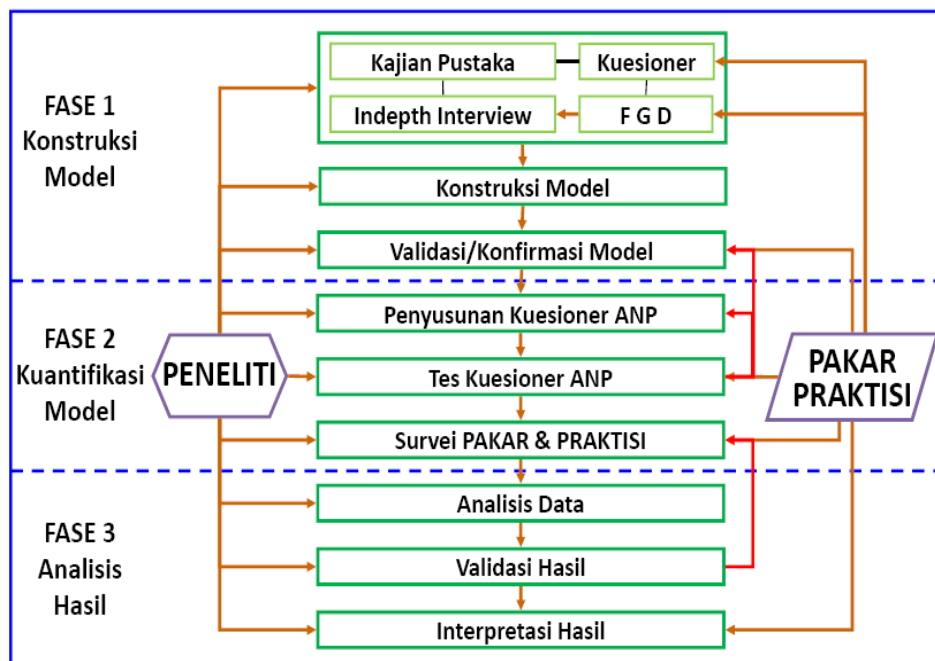
Saaty menjelaskan tahapan dalam pengambilan keputusan dengan ANP sebagai berikut:

- Menyusun struktur masalah dan mengembangkan model keterkaitan
- Membentuk matriks perbandingan berpasangan
- Menghitung bobot elemen

³⁴ Mega Yulianti, 2013 Penerapan Metode Analytic Network Procces (ANP) Dan Technique For Order Preference By Simillarity To Idel Solution (TOPSIS) Dalam Pemilihan Supplier

- Metode Penelitian ANP dilakukna dengan tahapan-tahapan sebagaimana dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tahapan pada metode ANP antara lain:



Konstruksi model ANP disusun berdasarkan *literature review* secara teori maupun empiris memberikan pertanyaan kepada para pakar dan praktisi wisata halal serta melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya secara komprehensif. Selanjutnya dilakukan dekomposisi

untuk mengidentifikasi , menganalisa dan menstruktur kompleksitas masalah ke dalam jaringan ANP

b. Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner perbandingan ANP berupa *pairwise comparison* (pembandingan pasangan) antar elemen dalam cluster untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) dan seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9.

Tabel 3.4
Deskripsi Skala Penilaian dan Skala Numerik

Definition	Intensity of importance	Deskripsi	Tingkat Kepentingan	Penjelasan
Equal Importance	1			
Weak	2			
Moderate importance	3			
Moderate plus	4			
Strong importance	5			
Strong Plus	6			
Very strong or demonstrated importance	7			
Very, very strong	8			
Extreme importance	9			

Amat sangat lebih besar pengaruh/tingkat kepentingannya	9	Bukti-bukti yang memihak satu elemen dibandingkan elemen lainnya memiliki bukti yang tingkat kemungkinan afirmasinya tertinggi.
Di antara nilai 7-9	8	Nilai kompromi di antara dua nilai yang berdekatan.
Sangat lebih besar pengaruh/tingkat kepentingannya	7	Satu elemen sangat lebih dibandingkan elemen lainnya, dan dominan ditunjukkan dalam praktik.
Di antara nilai 5-7	6	Nilai kompromi di antara dua nilai yang berdekatan.
Lebih besar pengaruh/ tingkat kepentingannya	5	Pengalaman dan penilaian kuat mendukung satu elemen dibandingkan elemen yang lainnya.
Di antara 3-5	4	Nilai kompromi di antara dua nilai yang berdekatan.
Sedikit lebih besar pengaruh/tingkat kepentingannya	3	Pengalaman dan penilaian sedikit mendukung satu elemen dibandingkan elemen yang lain.
Di antara 1-3	2	Nilai kompromi di antara dua nilai yang berdekatan.
Sama besar pengaruh/ tingkat kepentingannya	1	Dua elemen yang dibandingkan memiliki kontribusi kepentingan yang sama terhadap tujuan.

Sumber : Saaty, 2006

Data hasil penilaian kemudian dikumpulkan dan diinput melalui software super decision untuk diproses sehingga menghasilkan output berbentuk prioritas dan supermatriks. Hasil dari setiap responden akan diinput pada

jaringan ANP tersendiri Ascarya³⁵. Deskripsi skala beserta penjelasannya ditunjukkan pada table di atas.

c. Sintesis dan Analisis

1) *Geometric Mean*

Untuk mengetahui hasil penilaian individu dari para responden dan menentukan hasil pendapat pada satu kelompok dilakukan penilaian dengan menghitung *geometric mean* Saaty³⁶. Pertanyaan berupa perbandingan (*Pairwise comparison*) dari responden akan dikombinasikan sehingga membentuk suatu konsensus. Geometric mean merupakan jenis penghitungan rata-rata yang menunjukkan tendensi atau nilai tertentu dimana memiliki formula sebagai berikut Ascarya:

$$(\prod_{i=1}^n a_i)^{1/n} = \sqrt[n]{a_1 a_2 \dots a_n} \quad (3.1)$$

2) *Rater Agreement*

Rater agreement adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesesuaian (persetujuan) para responden (R1-Rn) terhadap suatu masalah dalam satu cluster. Adapun alat yang digunakan untuk mengukur rater agreement adalah *Kendall's Coefficient of Concordance* ($W; 0 < W \leq 1$). $W=1$ menunjukkan kesesuaian yang sempurna menurut Ascarya³⁷. Untuk menghitung Kendall's (W), yang pertama adalah dengan memberikan ranking pada setiap jawaban kemudian menjumlahkannya.

$$R_i = \sum_j^m 1r_{i,j} \quad (3.2)$$

Nilai rata-rata dari total ranking adalah:

$$R = \frac{1}{2} m(n+1) \quad (3.3)$$

Jumlah kuadrat deviasi (S), dihitung dengan formula:

³⁵ Ramdani & Tanjung, Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Pembiayaan Bagi Hasil di Perbankan Syariah Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, Vol.5 No. 2, Septemberr 2014 pp. 189-200 Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor

³⁶ Ramdani & Tanjung, Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Pembiayaan Bagi Hasil di Perbankan Syariah Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, Vol.5 No. 2, Septemberr 2014 pp. 189-200 Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor

$$S = \sum_i^n (R_i - \bar{R})^2 \quad (3.4)$$

Sehingga diperoleh Kendall's W, yaitu:

$$W = \frac{12S}{m^2(n^2 - n)} \quad (3.5)$$

Jika nilai pengujian W sebesar 1 (W=1), dapat disimpulkan bahwa penilaian atau pendapat dari para responden memiliki kesesuaian yang sempurna. Sedangkan ketika nilai W sebesar 0 atau semakin mendekati 0, maka menunjukkan adanya ketidaksesuaian antar jawaban responden atau jawaban bervariasi Ascarya.³⁸

³⁸ Ramdani & Tanjung, Analisis Faktor-Faktor Rendahnya Pembiayaan Bagi Hasil di Perbankan Syariah Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, Vol.5 No. 2, Septemberr 2014 pp. 189-200 Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Informan

Informan dalam kegiatan penelitian ini terdiri para pakar yang berasal dari berbagai latar belakang profesi , pendidikan , pengalaman dan lainnya. Namun yang paling utama adalah para pakar ini cukup kompeten di bidangnya, dan memang memahami wisata halal secara baik. Ilmu yang relevan dengan pariwisata khususnya wisata halal, dan para pakar ini tidak hanya berasal dari beberapa daerah yang menjadi objek penelitian, namun juga para pakar yang berasal dari Tim Perecepatan Pengembangan wisata halal Kemenpar Pusat. Jadi para pakar ini memiliki persyaratan yang sesuai yang telah ditetapkan sebelumnya, para pakar ini mengetahui kebenaran yang terjadi di lapangan dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Di bawah ini tercantum deskripsi informan yang telah diwawancara, sebanyak 16 orang informan berdasarkan daerah . Para informan ini pada umumnya adalah para pejabat di bidangnya baik dari kedinasan pemerintahan maupun dari praktisi yang dilibatkan.

Tabel.4.1
Daftar Informan Seluruh daerah di Indonesia (Aceh, Sumut, Bali, NTB)

No	Daerah	Nama	Strata	Pekerjaan	Lama
1	NTB-1	Hasanuddin, A. Md. Par.	D-III	Manajer Personalia Hotel	20
2	NTB-2	M. Akbar M. Siddik	S2	Pemberdayaan Masyarakat Dan Peningkatan Peran Perempuan Rinjani	20
3	NTB-3	St. Alfiah, SE	S1	PNS Dispar NTB	7
4	NTB-4	Hj Rahun, Se	S1	Direktur Lppom Mui Ntb	3
5	NTB	Baiq Meining DL, S.Psi	S1	Wiraswasta	3
6	Aceh-1	Bambang Pramusinto MBA	S2	Gm Hotel Kyriad Id	5
7	Aceh-2	Ismail, S. Pd	S1	ASN Dispar Aceh	3
8	Aceh-3	Deni Chandra	S2	Sekretaris Lppom Mpu Aceh	5
9	Bali-1	Irmansjah Madewa Dipl.Hot., CHA., CMTA-TQ., CHIA.,	S1	Gm Aston Kuta Hotel & Residence	40

10	Bali-2	Dra. Any Hani'ah, M.A.	S2	Kepala Seksi Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syari'ah	4
11	Bali-3	Dr. Dra. Dewa Ayu Laksmiadi Janapriati	S3	Kabid Pemasaran Dinas Pariwisata Prov. Bali	2
12		Samsul Hadi	S1	PNS	41
13	Sumut-1	Maruli Damanik Amd Par	S1	Direktur Lovely Holidays	15
14	Sumut-2	Prof Dr Ir Basyaruddin MS	S2	Direktur Lppom Mui Sumut	2
15	Sumut-3	Drs.H.Muchlis, M.Si	S2	Dinas Pariwisata Sumut (Pj)	10
16	Pusat	Aang Ahyarudin, S.TP	S1	Auditor Halal Dan Kasubbid Pembinaan Lppom Mui Daerah –Jakarta	10
17	Pusat	Wisnu Rahtomo	S2	Dosen Stp Bandung	20
18	Pusat	Sumaryadi, A.Par., SE., MM	S2	Dosen Stp Bandung	25

Sumber: Penulis, Data diolah (2020)

Dari data di atas terlihat bahwa setiap daerah diwakili oleh masing-masing 3 orang, minimal mewakili pemerintah, pelaku bisnis dan satu lagi dari LPPOM MUI, sementara penulis juga berkesempatan mewawancarai perwakilan dari Kemnpar

Tabel.4.2
Daftar Informan Berdasarkan Kategori di Indonesia (Aceh, Sumut, Bali, NTB)

No	Nama	Kategori	Lama	Strata	Pekerjaan
1	Hasanuddin, A. Md. Par.	Praktisi-1	20	S1	Manajer Personalia Hotel
2	Bambang Pramusinto MBA	Praktisi-2	5	S2	Gm Hotel Kyriad Id
3	Irmansjah Madewa Dipl.Hot., CHA., CMTA-TQ., CHIA.,	Praktisi-3	40	S1	Gm Aston Kuta Hotel & Residence
4	Maruli Damanik Amd Par	Praktisi-4	15	S1	Lovely Holidays
5	M. Akbar M. Siddik	Masyarakat -1	20	S2	Pemberdayaan Masyarakat Dan Peningkatan Peran Perempuan Rinjani
6	Baiq Meining DL, S.Psi	Masyarakat -2	3	S1	Wiraswasta
7	Samsul Hadi	Masyarakat-3	41	S1	PNS
8	Aang Ahyarudin, S.TP	Auditor-1	10	S1	Auditor Halal Dan Kasubbid Pembinaan Lppom Mui Daerah

9	Prof Dr Ir Basyaruddin MS	Auditor-2	2	S2	Lppom Mui Sumut
10	Dra. Any Hani'ah, M.A.	Auditor-3	4	S2	Kepala Seksi Urusan Agama Islam Dan Pembinaan Syari'ah
11	Deni Chandra	Auditor-4	5	S2	Sekretaris Lppom Mpu Aceh
12	Hj Rauhun, Se	Auditor-5	3	S1	Direktur Lppom Mui Ntb
13	Drs.H.Muchlis, M.Si	Regulator-1	10	S2	Dispar Sumut (Pj)
14	St. Alfiah, SE	Regulator-2	7	S1	PNS Dispar NTB
15	Dr. Dra. Dewa Ayu Laksmiadi Janapriati	Regulator-3	2	S3	Kepala Bidang Pemasaran Di Dinas Pariwisata Prov.Bali
16	Ismail, S. Pd	Regulator-4	3	S1	ASN
17	Wisnu Rahtomo	Akademisi-1	20	S2	Dosen Stp Bandung, Tim Percepatan Kemnpar
18	Sumaryadi, A.Par., SE., MM	Akademisi-2	25	S2	Dosen Stp Bandung, Anggota Destinasi Wisata Halal

Sumber : Penulis, data diolah (2020)

Dari data diolah di atas yang terdiri nama-nama dan jabatan para pakar di dalam penelitian ini, memang tidak dapat dipungkiri bahwa pada umumnya para informan ini memiliki kedudukan yang penting dan strategis di instansinya. Bahkan beberapa diantaranya adalah GM dari perusahaan atau mereka yang menduduki jabata yang penting di pemerintahan, yang menjadi regulator dalam penelitian ini ini terlihat dari profil masing-masing di atas, umumnya berpendidikan mayoritas S2 dan cukup lama bergelut di bidang wisata dan akrab dengan wisata halal. Dari Kementrian pariwisata juga diwakili oleh Bapak Wisnu Rahtomo yang juga sebagai Tim Percepatan wisata halal dan sehari-hari sebagai dosen.

B. Profil Daerah Destinasi Wisata Halal

Indonesia memperkenalkan dan mulai menerapkan wisata halal sejak awal tahun 2012 , dengan menentukan 9 destinasi wisata halal atau syariah pada saat itu, yakni Sumatra Barat, Riau, Lampung, Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat (Lombok), dan Sulawesi Selatan (Makassar). Pada akhir tahun 2014 pemerintah menambah 4 destinasi baru wisata syariah yakni

Aceh, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Bali. Jadi total saat ini pemerintah telah menetapkan 13 lokasi destinasi wisata syariah, seperti NTB, Jawa Barat, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Makassar, Riau, Lampung, Banten yang telah dimulai pada tahun 2014 dan pada tahun 2015 di Aceh, Bali, Jawa Tengah, Yogyakarta ¹

Penetapan wilayah tujuan wisata syariah tersebut dilakukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, kultur masyarakat setempat, produk wisata daerah, dan akomodasi. Penerapan ini dianggap tertinggal dimana sejumlah negara-negara di dunia yang telah menggarap industri pariwisata syariah, seperti di Asia diantaranya Malaysia, Thailand, Singapura, Korea, Jepang, Taiwan, dan China sudah terlebih dahulu mengembangkan pariwisata syariah. (Kemenpar, 2015). Namun pemerintah tetap optimis karena perkembangan wisata halal kini semakin meningkatkan percaya diri pemerintah, mengingat penghargaan demi penghargaan tingkat dunia telah diperoleh dan semakin menduduki rangking terbaiknya di dunia.

Di dalam penelitian ini daerah yang akan dijadikan profil destinasi wisata halal yang mewakili daerah-daerah lain di Indonesia adalah :

- a. Nusa Tenggara Barat (Lombok), (mewakili daerah yang mendapatkan penghargaan penyelenggara wisata halal terbaik di dunia)
- b. Bali, (perkembangan pelaku bisnis halal /sertifikasi halal)
- c. Aceh, (mewakili daerah yang telah memiliki perda wisata Islam)
- d. Sumatera Utara , (daerah yang berpotensi menjadi wisata halal, tetapi belum menerapkan wisata halal)

Berikut akan ditampilkan profil daerah destinasi wisata halal yang akan menjadi objek dalam penelitian ini

1. Nusa Tenggara Barat

Provinsi Nusa Tenggara Barat yang berada di kepulauan Lombok adalah sebuah pulau di kepulauan Sunda Kecil atau Nusa Tenggara yang terpisahkan oleh Selat Lombok dari Bali di sebelah barat dan Selat Alas di sebelah timur dari Sumbawa.. Luas pulau ini mencapai 5.435 km² menempatkannya pada peringkat 108 dari daftar pulau berdasarkan luasnya di dunia. Kota utama di pulau ini adalah

¹ (Republika, 2016).

Kota Mataram. Sekitar 80% penduduk pulau ini adalah suku Sasak, sebuah suku bangsa yang masih dekat dengan suku bangsa Bali, tetapi sebagian besar memeluk agama Islam. Agama yang dianut oleh masyarakat Nusa Tenggara Barat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Persentase Agama yang Dianut di Provinsi Nusa Tenggara Barat 2016

Provinsi	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Cu	Kepercayaan	Jumlah
Nusa Tenggara Barat	96.78	0.26	0.19	2.45	0.32	0.00	0.00	11

Sumber : DPMPD, Kependudukan dan Pencatatan Sipil

Organisasi keagamaan terbesar di Lombok adalah Nahdlatul Wathan (NW), organisasi ini juga banyak mendirikan lembaga pendidikan Islam dengan berbagai level dari tingkat terendah hingga perguruan tinggi. Lombok adalah salah satu destinasi halal yang paling populer di Indonesia .Popularitasnya kian meroket setelah Lombok memenangkan dua penghargaan internasional dalam ajang World Halal Travel Award 2015 di Uni Emirat Arab (UEA), yakni *World's Best Halal Tourism Destination* dan *World's Best Halal Honeymoon Destination*. Sementara itu dari level domestik, Lombok didaulat meraih *World's Best Family Friendly Hotel*.' Sejak memenangkan penghargaan *World's Best Halal* tersebut, nama Pulau Lombok makin dikenal di dunia, khususnya di kalangan para wisatawan mancanegara (wisman) Muslim atau *Muslim Travellers*. Tak heran kalau Pemda NTB kian gencar mengembangkan wisata halal atau *Moslem friendly tourism* di Pulau Lombok. *Moslem friendly tourism* ini menjadi destinasi wisata yang ramah terhadap pelancong Muslim. Lombok adalah satu-satunya provinsi yang memiliki perda syariah sejak tahun 2015 dan provinsi yang paling antusias menerapkan wisata halal, dengan dukungan pemerintah daerah. Merupakan salah satu destinasi wisata halal di Indonesia yang memiliki julukan sebuah kawasan Pulau seribu masjid. Semenjak awal tahun 2000-an Pulau Lombok juga dikenal sebagai tempat wisata favorit yang ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menghabiskan waktu liburan mereka. Badan Pusat Statistik atau BPS mencatat pada Agustus 2018 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung mencapai 1,51 juta.

Sebagai wujud nyata dukungan terhadap Model pariwisata halal di

Lombok, Pemda NTB melakukan berbagai langkah untuk menarik wisatawan mancanegara dan domestik agar datang ke Lombok. Proyek infrastruktur berkonsep syariah, yakni, Mandalika Resort dan Kota Baru Global Hub Bandar Kayangan di Kabupaten Lombok Utara sedang dibangun, mengembangkan wisata pantai khusus dengan konsep pantai halal (halal beach). Di pantai halal ini wisatawan laki-laki dan perempuan akan dipisah. Kawasan,, kawasan ini bernama Meninting (Lombok Barat) dan kawasan Mandalika (Lombok Tengah). Selain itu, makanan yang disediakan di lokasi tersebut adalah makanan yang halal. Fasilitas awal, akan ada pemisah (pembatas) yang permanen.² . Faozal meyakini NTB merupakan provinsi yang paling siap mengembangkan wisata halal. Optimisme itu muncul karena NTB merupakan satu-satunya provinsi di Indonesia yang saat ini sudah mempunyai Perda mengenai wisata halal atau wisata syariah³. "Kami juga telah mendidik 50 tour guide berbahasa Arab yang memahami bahasa dan budaya wisman asal Arab atau Timur Tengah. Jumlah tersebut akan terus kami tingkatkan. Hal ini menunjukkan keseriusan Pemda NTB dalam mengembangkan wisata halal, khususnya di Pulau Lombok dan Sumbawa, Indonesia mempunyai banyak sekali potensi wisata halal, baik alam maupun atraksi budaya yang semuanya sangat menarik bagi wisman Muslim.

2. Bali

Memang tidak dapat dipungkiri Bali menarik karena keindahan alamnya, budayanya yang sebagian besar dipengaruhi oleh praktik agama purbanya, praktik agama Siwa-Budha atau Hindu baik yang lahir di India atau berkembang di Jawa. Selain itu adat istiadatnya juga memberikan karakter kuat. Di Pulau kecil yang berpenduduk beberapa juta orang inilah berbagai agama hidup dengan semarak karena konsep dalam agama Hindu yang toleran. Masyarakatnya toleran, Lembaga adat dan hukum-hukumnya juga hidup dan berkembang dengan baik. Yang dijual di Bali selama ini adalah, budaya dan tradisi yang bernafaskan agama sebagaimana yang saya uraikan di atas itu, yakni agama Hindu, Agama Hindu adalah agama mayoritas masyarakat Bali.

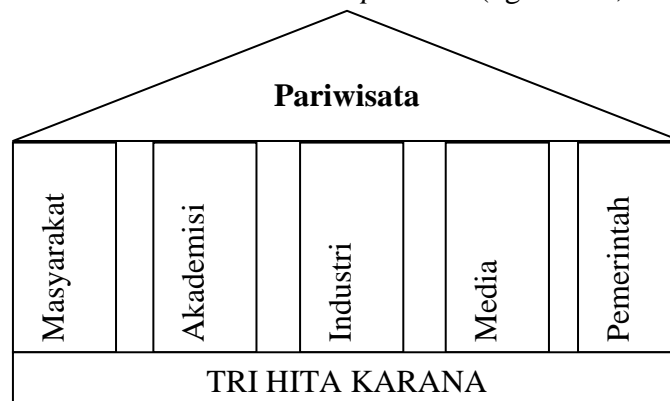
² Republika.co.id di Jakarta, Selasa (28/7).

³ republika.co.id. menggali potensi wisata halal di Lombok. khasanah. berita dunia islam mozaik 2016

Penduduk Bali kira-kira sejumlah 4 juta jiwa lebih, dengan mayoritas 83,5% menganut agama Hindu. Agama lainnya adalah Buddha (0,54%), Islam (13,37%), Kristen Protestan (1,66%), Katolik (0,88%), Konghucu (0,01%), dan Aliran Kepercayaan (0,01%). Agama Islam adalah agama minoritas terbesar di Bali dengan penganut kini mencapai 13,37% berdasarkan sensus terbaru pada Januari 2014⁴

Adzan berkumandang di Masjid saat Pendeta Hindu di Pura sebelahnya mulai melakukan Kehidupan mereka dikemas sebagai paket wisata supaya pelancong tertarik.. Masyarakat Bali merasa tidak perlu dikenalkan dengan wisata baru karena selama ini juga mereka merasa tidak memiliki masalah, karena selama ini mereka dibekali banyak sekali ‘alat’ untuk membantu, sebagai tuntunan untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Bali punya cara tersendiri untuk mengembangkan wisatanya, sesuai dengan pernyataan Tazbir bahwa untuk mengembangkan potensi pariwisata, diperlukan sinergi antara pemerintah, masyarakat, perguruan tinggi, serta media, yang biasa disebut *Indonesia Incorporated*. (ugm.ac.id, 2017).



Sumber: Dispar Bali (2017)

Dari hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pemerintah daerah Bali pada prinsipnya tidak menerapkan wisata halal, karena mereka menyadari tanpa menjual wisata halal, Bali tetap dikunjungi banyak wisatawan setiap harinya dari seluruh penjuru dunia. Justru dengan tanpa embel-embel halal membuat para wisatawan yang berasal dari seluruh penjuru dunia lebih nyaman berada di Bali, sehingga pemerintah khawatir penerapan wisata halal bisa mengganggu bahkan menurunkan jumlah wisatawan ke Bali.

⁴ BPS Bali

Kendati demikian walaupun pemerintah Bali tidak merespon wisata halal, kenyataannya Bali adalah satu-satunya daerah yang mengalami peningkatan cukup besar dalam pelaksanaan sertifikasi halal dibanding daerah lain. Bali juga memiliki 10 hotel dengan menu makanan halal, terbanyak dan pernah memenangkan kompetisi pariwisata halal Nasional pada tahun 2016, yang menariknya untuk kategori hotel keluarga ramah wisatawan muslim terbaik, yakni The Rhadana Kuta

Namun, kenyataannya, para pelaku bisnis seperti hotel, restaurant dan produk makanan dan minuman beramai-ramai melakukan sertifikasi halal untuk produknya, walaupun pemerintahnya kurang tertarik tetapi masyarakatnya cukup antusias untuk mensertifikasi produknya. Dari Republic.co.id, dikatakan bahwa pengusaha Bali makin berminat pada Sertifikasi Halal⁵. Ketua MUI Bali, M Taufik As'adi mengatakan, sertifikasi halal bisa menaikkan daya saing pariwisata Bali, khususnya di kalangan wisatawan muslim dan khususnya dari Timur Tengah⁶. Direktur LPPOM MUI Bali, Aji Pamungkas mengatakan, masalah sertifikasi halal adalah kebutuhan para pengusaha, karena para konsumen yang dilayani pengusaha di Bali, meminta adanya jaminan kehalalan dari produk yang disajikan oleh para pengusaha⁷.

Ini dapat diketahui dari hasil laporan LPPOM Bali, dimana jumlah pelaku bisnis yang mendaftarkan sertifikasi halal lebih kurang 20 perusahaan setiap bulannya, suatu jumlah yang cukup signifikan, bagi daerah yang tidak begitu tertarik terhadap wisata halal. Selain meningkatnya para pelaku bisnis seperti hotel, restaurant yang melaksanakan sertifikasi halal termasuk juga para pemilik biro perjalanan yang membuat program paket wisata halal beserta tour guide muslimnya. Pada kenyataannya Bali yang kurang tertarik dengan konsep wisata halal, justru pada prakteknya Bali adalah satu-satunya daerah yang pelaku bisnisnya telah memiliki sertifikasi halal paling banyak dan paling aktif, dari hasil wawancara dengan LPPOM Bali dapat diketahui rata-rata 20 perusahaan setiap

⁵ Ahmad Baraas dan Andi Nur Aminah, Pengusaha Bali Makin Berminat pada Sertifikasi Halal, Republic.co.id, 2017

⁶ Ahmad Baraas dan Andi Nur Aminah, Pengusaha Bali Makin Berminat pada Sertifikasi Halal, Republic.co.id, 2017

⁷ Ahmad Baraas dan Andi Nur Aminah, Pengusaha Bali Makin Berminat pada Sertifikasi Halal, Republic.co.id, 2017

bulannya minta disertifikasi padahal jika jumlah penduduk muslimnya minoritas, sementara di daerah lain seperti Aceh dan Sumatera Utara, justru sangat minim sekali bahkan hotel-hotelnya pun hamper keseluruhannya belum memiliki sertifikat halal , sesuai pernyataan MUI di daerah tersebut.

3. Aceh

Aceh adalah sebuah provinsi di Indonesia. Aceh terletak di ujung utara pulau Sumatera dan merupakan provinsi paling barat di Indonesia. Ibu kotanya adalah Banda Aceh. Jumlah penduduk provinsi ini sekitar 4.500.000 jiwa. Letaknya dekat dengan Kepulauan Andaman dan Nikobar di India dan terpisahkan oleh Laut Andaman. Luas daerah Aceh 58.377 km².

Bila di lihat dari besaran agama yang paling banyak dianut, sebagian besar penduduk provinsi Aceh memeluk agama Islam, yang berikutnya adalah Agama Kristen, Budha dan Katolik. Agama Islam menjadi mayoritas di semua kabupaten dan kota, sedangkan Agama Kristen dengan jumlah besar di Provinsi ini ada di Kabupaten Aceh Tenggara dan Aceh Singkil, Agama Katolik dengan populasi besar ada di Aceh tenggara, dan Agama Budha berada di Kota Banda Aceh dan Aceh Tamiang.

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan Desember 2017 mencapai 27.978 kunjungan, mengalami kenaikan 11,95 persen dibanding yang datang pada bulan November 2017 mencapai 24.991 kunjungan. Namun demikian jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2016, jumlah wisman pada bulan Desember 2017 turun 3,36 persen, dari 28.950 kunjungan pada bulan Desember 2016 menjadi 27.978 kunjungan.

Menurut Direktur North Sumatera Travel Mart Maruli Damanik, mengatakan bahwa Model kawasan wisata syariah di Sumut perlu lebih serius disikapi berbagai pihak, termasuk Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Maruli mengaku Sumut kalah jauh dari Lombok dalam hal Model kawasan wisata syariah. Kunjungan wisatawan dari Malaysia yang masih dominan merupakan potensi yang harus dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan daerah dari sektor pariwisata. Sayangnya, potensi ini belum digarap secara serius oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah. Ini dapat dilihat dari masih minimnya

fasilitas pendukung yang ada di sejumlah kawasan wisata. Contohnya di kawasan Danau Toba, misalnya di Samosir, masih sulit mencari tempat ibadah dan makanan halal, padahal ini kan yang dicari oleh wisatawan. berkembang.

Tabel 4.4
Jumlah Penduduk Aceh Berdasarkan Agama Tahun 2015

Provinsi	Islam	Kristen	Hindu	Budha	Khatolik	Jumlah Penduduk
Aceh	5,013,152	64,015	4,447	172	8,336	5,090,412

Sumber Data : Dirjen Kependudukan dan Pencatatan Sipil

Dengan keindahan alamnya, Aceh memiliki banyak destinasi wisata yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata kelas dunia. Meski diakuinya pasokan devisa dari sektor pariwisata Aceh saat ini masih kecil, namun aktivitas ekonomi yang dapat digerakkanya cukup besar. Berdasarkan data Kemenpar dan BPS, pada tahun 2017, sektor pariwisata Aceh bernilai sekitar Rp10,87 Triliun atau setara dengan 8,97% dari total perekonomian Aceh.

Plt Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Drs Amiruddin, M.Si kepada habanusantara.com di Ruangnya, Selasa menyatakan bahwa belum ada hotel di Aceh yang bersertifikat MUI⁸. Namun bukan disebabkan oleh pihak hotel yang tidak mau mengurus label halal, akan tetapi disebabkan Aceh belum memiliki tenaga auditor Dewan Syariah Nasional (DSN) yang mengurus bidang sertifikasi halal. "Tim auditor DSN adalah Tim Sertifikasi yang di SK oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pusat" ujarnya.

4. Sumatera Utara

Objek dan Daya tarik Wisata di daerah Sumatera- Utara juga sangat mempesona, termasuk kuliner dan yang lainnya. Namun sayangnya daerah-daerah tersebut, khususnya kawasan Danau Toba di Sumatera Utara, belum membuat wisatawan lokal merasa aman dan nyaman untuk berkunjung di sana, mengingat sulitnya ditemui tempat beribadah agama Islam, apalagi hotel-hotel tidak menyediakan kemudahan untuk beribadah, jika pengunjung ramai dan waktu sholat Jum'at tiba, mereka otomatis tidak bisa melakukan ibadah yang wajib tersebut, belum lagi makanan ataupun kuliner di sana belum terjamin dari segi kehalalannya.

⁸ habanusantara.com

Kenyamanan dan keamanan memang menjadi Aspek yang mempengaruhi wisatawan yang ingin melakukan wisata atau melakukan perjalanan ke tempat yang dituju. Selain Aspek keyakinan (*faith*) dan kuliner, dimana wisatawan mudah melaksanakan ibadahnya disela-sela perjalanannya, juga kemudahan memperoleh produk-produk dan layanan-layanan yang sesuai dengan keyakinannya.

Kebutuhan ini semakin terlihat dari semakin pesatnya pertumbuhan perbankan dan keuangan syariah, pangan halal (halal food) dan lain-lainnya di dunia.⁹ Penjelasan ini juga disetujui oleh Bapak Maruli Damanik¹⁰, pelaku bisnis wisata yang sudah cukup lama dan sehari-harinya menjabat sebagai Direktur PT Lovely Holidays Tour and Travel di kota Medan, pemerhati pariwisata dan menjabat berbagai asosiasi pariwisata. Beliau menjelaskan bahwa Aspek yang membuat wisatawan ingin berkunjung ke suatu daerah adalah keyakinan dan kuliner, Kedua hal ini sama sekali tidak bisa ditawar atau tidak bisa dikompromi.¹¹.

Berdasarkan Sensus tahun 2015, mayoritas penduduk Sumatera Utara menganut agama Islam yakni 63.91%, kemudian Kristen Protestan 27.86%, Katolik 5.41%, Buddha 2.43 %, Hindu 0.35 %, Konghucu 0.02, dan Parmalim 0.01%.

Tabel 4.5
Agama di Sumatera Utara

Provinsi	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Buddha	Kong HuCu	Keperca yaan	Parmalim	Jumlah
Sumatera Utara	63.91%	63.91%	63.91%	63.91%	63.91%	63.91%	63.91%	63.91%	14.262.147

Demikian juga dengan di daerah Sumatera Utara, yang walaupun belum termasuk salah satu destinasi wisata halal yang ditentukan pemerintah, sebenarnya, daerah ini memiliki prospek yang luar biasa bagi wisata halal. Beberapa alasan misalnya dari mayoritas penduduknya yang banyak dan muslim. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara jumlah

⁹Abdul Rasyid, "Pariwisata Syariah", diakses dari business-law.binus.ac.id, pada tanggal 11 September 2016, pukul 16.10.

¹⁰ Aceh

¹¹ Wawancara pada tanggal 14 Desember 2016 pukul 18.00 di Medan

penduduk pada Tahun 2015 adalah 13.937.797 jiwa, laki-laki berjumlah 6.954.552 jiwa dan perempuan 6.983.245 jiwa. Angka itu menegaskan bahwa di Indonesia dalam hal jumlah penduduk hanya kalah dengan Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah. Dan agama yang dianut terbesar adalah agama Islam 60,90 %, Kristen 31 %, Budha 2,34 %, Hindu dan Konghucu 0,11 %, dan 0,46 % lain-lain ¹².

Jika kedua hal ini belum terpenuhi, secara tidak langsung bisa mempengaruhi jumlah wisatawan ke daerah wisata, salah satu contoh adalah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Sumatera Utara.

Belum ada satu pun hotel di Medan yang mengantongi sertifikat halal dari Kondisi ini sangat miris di tengah pertumbuhan bisnis hotel yang cukup signifikan di kota ketiga terbesar di Indonesia itu. Hal itu dikatakan Direktur LPPOM-MUI Sumut, Basyaruddin MS¹³,

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung di Sumatera Utara melalui 4 (empat) pintu masuk pada bulan Desember 2017 mencapai 27.978 kunjungan, mengalami kenaikan 11,95 persen dibanding yang datang pada bulan November 2017 mencapai 24.991 kunjungan. Namun demikian jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2016, jumlah wisman pada bulan Desember 2017 turun 3,36 persen, dari 28.950 kunjungan pada bulan Desember 2016 menjadi 27.978 kunjungan.

Menurut Direktur North Sumatera Travel Mart Maruli Damanik, mengatakan bahwa Model kawasan wisata syariah di Sumut perlu lebih serius disikapi berbagai pihak, termasuk Pemerintah Provinsi Sumatera Utara. Maruli mengaku Sumut kalah jauh dari Lombok dalam hal Model kawasan wisata syariah. Kunjungan wisatawan dari Malaysia yang masih dominan merupakan potensi yang harus dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan daerah dari sektor pariwisata. Sayangnya, potensi ini belum digarap secara serius oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah. Ini dapat dilihat dari masih minimnya fasilitas pendukung yang ada di sejumlah kawasan wisata. Contohnya di kawasan Danau Toba, misalnya di Samosir, masih sulit mencari tempat ibadah dan makanan halal, padahal ini kan yang dicari oleh wisatawan. berkembang.

¹²BPS Provinsi Sumatera Utara 2015, diakses dari sumut.bps.go.id, pada tanggal 26 Desember 2016, pukul 17.20.

¹³news.okezone.com, pada 23 November 2018

Berdasarkan data Dinas Pariwisata Sumut, menyebutkan bahwa sampai tahun 2016 ini, baru ada 25 rumah makan muslim yang terdaftar di Pulau Samosir.

C. Analisis SWOT

Hasil pengumpulan dan olah data melalui Analisa SWOT, dapat diketahui bahwa Analisa SWOT dari keseluruhannya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Analisis SWOT

No.	Kekuatan (<i>Strength</i>)
1.	Memiliki kekayaan alam yang indah dan masih alami
2.	Mayoritas penduduknya Muslim
3.	Tingginya dukungan stakeholders
4.	Tersedianya peraturan perundang-undangan, mulai dari undang-undang sampai dalam bentuk Perda tentang pembangunan kawasan pariwisata Indonesia dan peraturan gubernur tentang pengelolaan kebudayaan dan pariwisata syariah.
5.	Telah dilaksanakan konsep Pembangunan Berwawasan Kebudayaan Daerah, dimana orientasi pembangunan diperlukan sentuhan budaya yang akan menjadi perekat keutuhan daerah.
6.	Kekayaan nilai budaya Indonesia yang bersumber dari keanekaragaman suku, bahasa, etnis, adat istiadat yang menjadi daya tarik wisatawan.
7.	Masyarakat Indonesia yang terdiri dari berbagai suku bangsa dan etnis dikenal suka membantu dan ramah yang merupakan modal untuk membangun industri pariwisata sebagai industri jasa.
8.	Diperluasnya tugas pokok dan fungsi dinas yang bersinergi antara kebudayaan dan pariwisata.
9.	Tersedianya sarana/prasarana, tenaga dan aspek penunjang lainnya dalam pelaksanaan pembangunan kebudayaan dan pariwisata.
10.	Adanya atraksi wisata.
11.	Program konservasi terhadap alam dan aktivitas budaya masyarakat.
12.	Pengelolaan dalam hal retribusi atau tiket masuk pengunjung sudah baik untuk obyek wisata.
13.	Kemudahan pengurusan ijin berkunjung bagi turis asing dan adanya asuransi kepada wisatawan yang berkunjung.
14.	Banyaknya wisata belanja yang bisa ditemukan dan tergolong murah
15.	Terdapat lebih dari satu obyek wisata.
16.	Terdapat oleh-oleh makanan dan cinderamata di sekitar obyek wisata.
17.	Telah tercipta persepsi publik yang baik terhadap obyek wisata yang ada di Indonesia.
18.	Penghargaan atas wisata halal yang ada di beberapa wilayah Indonesia
19.	Visi misi terkait pariwisata
20.	Meningkatnya pengguna Internet sehingga memudahkan penggunaan website, reservasi online, serta promosi jejaring sosial wisata halal di aceh besar
21.	Pada kawasan wisata sudah terdapat berbagai jenis restoran dengan berbagai masakan, seperti masakan Batak, Minang, dan Nusantara yang dapat diminati oleh berbagai wisatawan dengan berbagai latar belakang .

22.	Akomodasi yang terpenuhi
No.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1.	Jarak dari pantai ke akomodasi (Hotel) lumayan jauh sehingga sulit dijangkau
2.	Penerangan di sejumlah jalan belum memadai, listrik minim penerangan. Kesulitan memakai alat komunikasi lantaran sinyal telepon seluler yang tidak tertangkap di sana.
3.	Banyaknya kriminal
4.	Hanya mengandalkan alam sebagai daya tarik utama, karena kekayaan budaya daerah baik dalam bentuk benda (tangible) dan yang tak benda (intangible) belum dikelola secara sinergis sebagai aset wisata
5.	Kurangnya jadwal penerbangan langsung dari negara asal wisatawan, sehingga menambah rute – rute penerbangan langsung melalui pemerintah pusat.
6.	Kurangnya sinergits antara pemerintah dan pelaku bisnis wisata menyebabkan pengelolaan sampah yang kurang baik di masing-masing destinasi
7.	Belum adanya keseragaman harga untuk sovenir menimbulkan kebingungan dan menurunnya tingkat kepercayaan wisatawan untuk belanja
8.	Ketidaknyamanan yang ditimbulkan pedagang asongan di masing-masing destinasi.
9.	Terbatasnya sumber pembiayaan dan kemampuan tenaga yang tersedia dalam pembangunan nilai budaya, kesenian, sejarah, purbakala, dan pariwisata terutama karena terserapnya anggaran daerah untuk mendukung sektor pendidikan, infrastruktur dan kesehatan
10.	Antara kabupaten satu dengan yang lainnya kelembagaan yang menangani kebudayaan dan pariwisata berbeda-beda sehingga menyulitkan proses koordinasi.
11.	Kurangnya publikasi dari masyarakat atau pengelola untuk beberapa obyek wisata.
12.	Kurangnya Sumber daya yang mahir bahasa asing, mahir di bidang jaringan dan internet.
13.	Kunjungan hanya terfokus pada hari raya besar saja.
14.	Kurang memadainya fasilitas umum seperti lahan parkir dan toilet.
15.	Anggaran promosi terbatas.
16.	Kurangnya himbauan pembuatan website di wisata halal yang berdampak pada jumlah website yang ada.
17.	Ekosistem belum terintegrasi di wisata halal Indonesia
18.	Belum ada monitoring dan data managemen wisata halal di Indonesia
19.	Konten wisata halal Indonesia
20.	Kinerja pemerintah sebagai penyedia wisata halal Indonesia
21.	Belum tersedianya data kepariwisataan Indonesia secara lengkap dan up to date serta optimasi mesin pencarian.
22.	Masih banyak pungutan liar pada pengusaha hotel dan lainnya dalam pengurusan izin dan operasi.
23.	Minimnya infrastuktur penghubung yang berkoneksi dengan mobilitas wisatawan (aksesibilitas).
24.	Persoalan pada kualitas produk wisata yang akan dipromosikan dan dipasarkan (atraksi).
No.	Peluang (<i>Opportunity</i>)
1.	Pembangunan aksesibilitas dan akomodasi bagi wisatawan serta adanya Bandara Internasional
2.	Dapat mengembangkan target pasar yang lebih luas

3.	Adanya hotel yang akan dibangun di sekitar daerah wisata
4.	Mengembangkan tempat – tempat dan alat penyewaan surfing atau watersport.
5.	Pengaturan tata letak yang baik agar kekayaan yang dimiliki tidak tercemar
6.	Melaksanakan event bulanan/ tahunan yang bersifat tematik
7.	Inovasi atraksi dan layanan wisatawan
8.	Berkembangnya arus globalisasi dan meningkatkan hubungan antar Negara dengan warna budaya masing-masing akan berdampak positif terhadap ketahanan budaya daerah yang memiliki ciri khas dan identitas tersendiri
9.	Meningkatkan minat investor dalam, maupun luar negeri untuk melakukan investasi pada sector pariwisata
10.	Kebijakan pemerintah provinsi untuk menempatkan sektor pariwisata sebagai prioritas kedua pembangunan provinsi
11.	Meningkatkan mutu pelayanan, pengawasan dan pengamanan .
12.	Meningkatkan promosi
13.	Model sarana dan prasarana penunjang seperti air bersih, peningkatan jalan, listrik, sistem komunikasi dan fasilitas umum lainnya di daerah Indonesia.
14.	Meningkatkan kebersihan lingkungan
15.	Dampak positif terhadap pelestarian budaya lokal dan dukungan masyarakat lokal dalam industri pariwisata.
16.	Tingginya minat wisatawan terhadap kegiatan wisata outbound
17.	Dengan adanya pemandu yang memiliki kemampuan bahasa asing yang luas merupakan salah satu peluang Disbudpar Aceh untuk menarik minat para wisatawan Internasional untuk datang ke kota Banda Aceh.
18.	Peluang kesempatan kerja dan kerjasama
19.	Adanya dukungan masyarakat terhadap kegiatan wisata.
20.	Kunjungan wisata memberikan pendapatan potensial.
21.	Penggalakan program visit Indonesia yang membuka pasar internasional.
22.	Website agen perjalanan yang mempromosikan pariwisata halal di Indonesia
23.	Pemasangan CCTV di setiap destinasi wisata
24.	Digital marketing melalui patnership
25.	Platform reservasi dan pemasaran kamar seperti airyrooms, AirBnB, Red Doorz, Zen Room, Nida Room
26.	Anggaran promosi pariwisata
27.	Akan dibentuknya semacam bank data yang nantinya berperan sebagai penyedia data dan informasi terkini terkait keputusan mengenai Model pariwisata di Indonesia.
No.	Ancaman (<i>Threat</i>)
1.	Pengaruh gaya hidup wisatawan asing yang suka minum-minuman keras, berjudi, dsb.
2.	Masih minimnya investor dalam membangun sarana dan prasarana umum bagi wisatawan (<i>amenities</i>).
3.	Terdapat tempat wisata lain yang menjadi pesaing.
4.	Citra pariwisata yang merusak lingkungan seni dan budaya.
5.	Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil.
6.	Mudah masuk aliran sesat, peredaran narkoba dan budaya asing.
7.	Pencemaran lingkungan dengan sampah-sampah bungkus plastik makanan dibuang di sembarang tempat.

8.	Promosi wisata di beberapa daerah Indonesia masuk ke daerah lain
9.	Display garfis
10.	Rangking traffic pariwisata di internet
11.	Fasilitas e-commerce (transaksi lain)
12.	Update informasi (pengelolaan website yang kurang)
13.	Masalah sosial budaya terkait dengan kecanggungan dan kurangnya interaksi dengan manusia
14.	Keamanan transaksi online (sistem pembayaran di awal)
15.	Kecenderungan global kepariwisataan dunia Pemberlakuan ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan ASEAN Framework Agreement on Services
16.	Kebijakan pemerintah daerah.
17.	Kecelakaan yang terjadi karena kondisi alam yaitu, deras air sungai yang tidak dipedulikan oleh pengunjung, perubahan cuaca sangat mempengaruhi perubahan derasnya air sungai.
18.	Keberadaan habitat monyet dari ancaman kepunahan.
19.	Investasi dan aset wisata dikuasai pihak luar dan dapat menimbulkan konflik kepentingan dengan masyarakat setempat
20.	Perhatian hukum untuk berinvestasi yang kurang terjamin akan mengakibatkan hilangnya minat investor menanamkan modalnya di daerah
21.	Belum memadainya infrastruktur seperti jalur penerbangan internasional, pelabuhan dan sarana transportasi laut ke NTB yang memenuhi standar pelayaran untuk wisatawan

Sumber: Penulis, dari wawancara dan berbagai sumber (2020)

1. Hasil Analisis Aspek Internal

Berdasarkan analisis lingkungan internal didapatkan Aspek-Aspek yang menjadi kekuatan dan kelemahan wisata syariah di Indonesia. Kekuatan dan kelemahan nya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Analisis Aspek Internal/Kekuatan Wisata Syariah di Indonesia

No	Kekuatan
1.	Potensi keindahan alam dan SDA yang luar biasa, letak geografis., Beragam even (budaya, olah raga, hiburan) , aktivitas wis. petualangan, wis rafting, wis budaya Islam yang kuat, lingkungan dll
2.	Memperoleh penghargaan tingkat dunia
3.	Terdapat lebih dari satu objek wisata dan atraksi wisata
4.	Terdapatnya berbagai event keIslaman
5.	Mayoritas penduduknya muslim, dan berlandaskan syariah
6.	Tersedia berbagai moda transportasi ke ow yang langsung dan murah (mobil, KA, Bus, pesawat) dll
7.	Tersedia berbagai penginapan daerah tujuan wisata dan transit

8.	Tersedia berbagai tempat makan/minum (restauran), tempat belanja/duty free, asuransi, fasilitas olahraga, pemandu wisata, penyedia souvenir, toilet, peta wisata., informasi, mengurus dokumen, traveller cek, di daerah wisata dll Tersedianya lembaga keuangan ws
9.	Memiliki Spa terkenal di dunia., kelezatan wisata kuliner, wisata belanja fashio n ,
10.	paket perjalanan wisatawan
11.	Harga-harga produk relatif murah
12.	Tersedia berbagai penyedia paket wisata, termasuk paket WS
13.	Tersedia kantor biro perjalanan
14.	Adanya peraturan sertifikasi halal dari MUI
15.	Diperluasnya tugas pokok dan fungsi dinas yang bersinergi antara kebudayaan dan pariwisata.
16.	Pengelolaan redistribusi yang sudah baik untuk objek wisata seperti tiket masuk pengunjung.
17.	Tersedianya infrastruktur menuju ow
18.	Tingginya dukungan stakeholders.
19.	Telah terciptanya persepsi publik yang baik terhadap objek wisata yang ada di Indonesia.
20.	Meningkatnya pengguna internet sehingga memudahkan promosi secara online.

Sumber : Penulis, dari wawancara dan Berbagai sumber s (2020)

Tabel 4.8
Analisis Aspek Internal/Kelemahan Wisata Syariah di Indonesia

No	Kelemahan
1	Kualitas dan kuantitas destinasi banyak yang kurang layak, (tidak bisa menjaga kelestarian objek wisata/tidak bersih, rusak, tidak aman)
2	Persepsi masyarakat thp WS masih minim , sehingga terjadi penolakan karena tidak mengenal secara detail tentang wisata syariah
3	Petunjuk jalan ke objek wisata minim dan belum canggih (minimnya akses informasi)
4	Kurangnya jadwal penerbangan langsung dari negara asal wisatawan.
5	Minim penginapan yang menarik dan bertaraf internasional dan pelayanan yang kurang baik
6	Jarak dari penginapan ke daerah wisata lumayan jauh.
7	Minimnya produk bisnis yang berlabel halal/bersertifikat halal
8	Minimnya cendera mata produk khas daerah
9	Minimnya paket perjalanan wisata halal
10	Minimnya promosi wisata halal khususnya melalui teknologi informasi
11	Belum ada uu/peraturan/regulasi WS
12	Kebijakan dan kepastian hukum tidak menentu
13	Perbedaan penanganan antar kabupaten yang menyulitkan proses koordinasi.
14	Maraknya pungli/kutipan liar , premanisme, kejahatan yang dilakukan masyarakat sehingga tidak aman termasuk rendahnya kebersihan
15	Belum adanya komitmen yang kuat antar stakeholders (masih sendiri-sendiri) karena lemahnya koordinasi lintas sektoral dalam pengembangann objek masih
16	Pengelolaan sampah yang kurang baik di masing-masing destinasi.
17	Ketakutan pelaku bisnis terhadap sertifikasi halal dan WS
18	Minimnya anggaran untuk infrastruktur, promosi, event dan lain-lain

20	Sulitnya perizinan investasi, (birokrasi cenderung berbelit-belit)
21	Infrastuktur masih belum memadai (rusak, jalan yang kecil terbatas, dan belum berstandar ICT)
22	Fasilitas tidak terawat (toilet, tempat wudhu,, musholls belum layak /kotor
23	Lalu lintas yang semrawut (macet, tukang parkir sembarangan)
24	Kompeten dan kualitas SDM yang rendah, sehingga kesadaran dalam memberikan pelayanan yang baik rendah
25	Mental pengusaha yang rendah, dan tidak memperhatikan lingkungan usaha
26	Peran akademisi dan komunitas minim
27	Minimnya sumber daya yang menguasai bahasa asing
28	Minimnya akses informasi
29	Minimnya bank data

Sumber : Penulis, wawancara dan berbagai sumber (2020)

2. Analisis Aspek Eksternal

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal wisata syariah di Indonesia didapatkan Aspek-Aspek yang menjadi peluang dan ancaman wisata syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Analisis Aspek External/Peluang Wisata Syariah di Indonesia

No	Peluang
1	Konsep syariah kian marak dan berkembang menjadi pusat trend WS di dunia setiap tahunnya
2.	Pasar perjalan bisnis muslim diperkirakan akan terus tumbuh dalam beberapa tahun mendatang
3.,	Peningkatan jumlah penduduk muslim dunia yg cukup signifikan terutama kaum muslim asia , amerika dan eropah sehingga daya beli terus naik
4	Total expenditur muslim meningkat signifikan
5	Tingginya minat wisatawan muslim memilih muslim friendly
6	Muslim fashion yang berkembang
7	Pelaksanaan event bulanan/tahunan yang bersifat tematik.
8	Inovasi atraksi dan layanan wisatawan.
9	Banyak dibuka jalur direct flight baru ke ow melalui berbagai penerbangan
10	Pemasangan CCTV di setiap desinasi.
11	Model sarana dan prasarana penunjang seperti ir bersih, peingkatan jalan, listrik, sistem komunikasi dan fasilitas umum lainnya di daerah Indonesia.
12.	Penggalakan program visit Indonesia yang membuka pasar internasional.
13.	Peluang kesempatan kerja dan kerjasana.
14.	Meningkatkan minat investor dalam, maupun luar negeri untuk melakukan investasi pada sektor pariwisata
15	Digital marketing melalui partnership

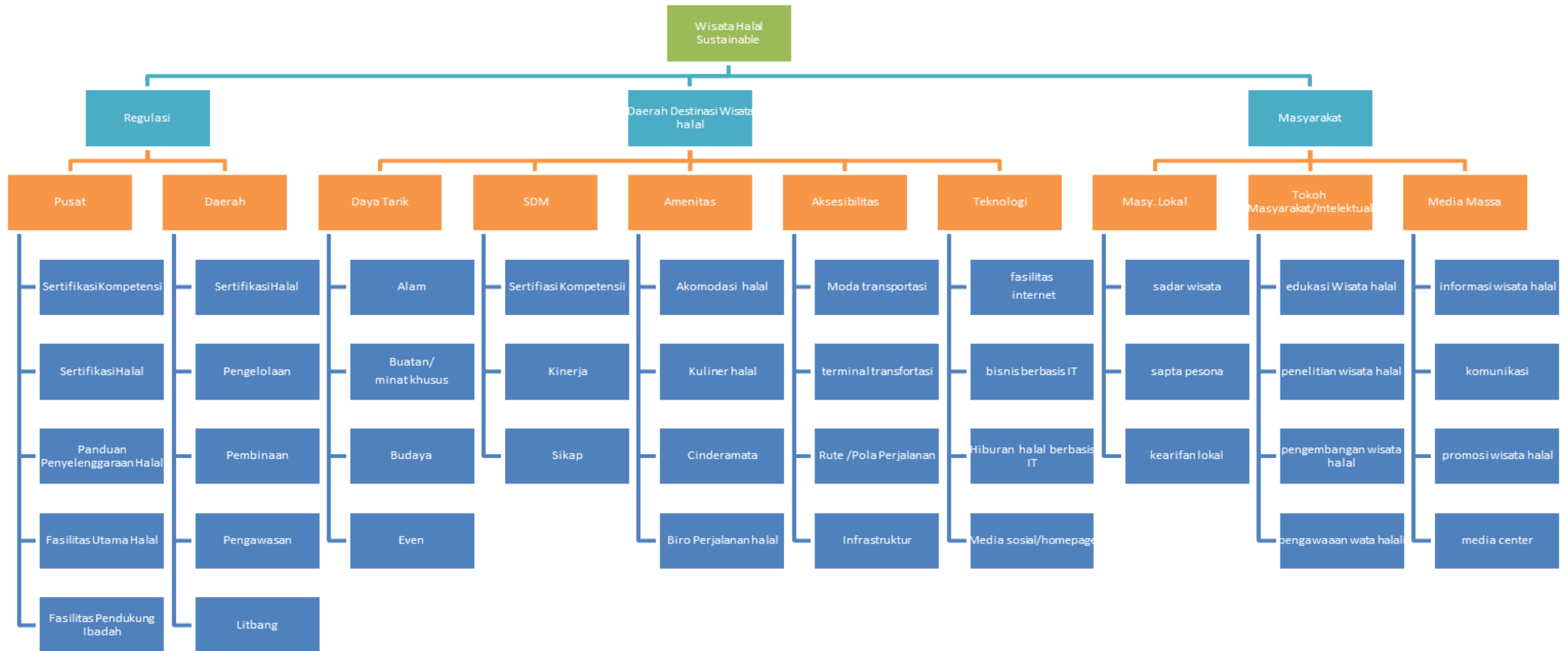
Sumber : Penulis, wawancara dan berbagai sumber (2020)

Tabel 4.10
Analisis Aspek External/Ancaman Wisata Syariah di Indonesia

	Ancaman
16.	Pancaroba musim di Indonesia (pasang surut , erosi dll)
17.	Tuntutan wisatawan tinggi
18.	Negara lain berlomba-lomba menawarkan konsep WS
19.	Tingkat kunjungan wisatawan mancanegara fluktuatif, dan tidak mengalami kenaikan signifikan
20.	Berkembangnya wisata syariah di negar eropah, asia dll
21.	Pencemaran lingkungan dengan sampah – sampah bungkusan
22.	Kecelakaan yang terjadi karena kondisi alam
23.	Wisatawan muslim milenial menyukai informasi serba IT
24.	Kualitas SDM negara lain lebih baik dan pelayanan terbaik
25.	Pengaruh gaya hidup wisatawan asing yang suka minum – minuman keras, berjudi dsb.
26.	Masalah sosial budaya terkait dengan kecanggungan dan kurangnya interaksi degan manusia
27.	Komitment dan sinergi tentang wisata syariah di LN cukup baik
28.	Jasa management , consultancy dan training tersedia di LN
29.	Mudahnya perizinan di negara
30.	Dukungan pemerintah di negara lain sangat tinggi dengan kebijakan-kebijakan yang memudahkan penerapan WS
31.	Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil.
32.	Banyaknya fasilitas dan kemudan serta Konsistensi negara lain dalam memberikan fasilitas dan pelayanan untuk wisatawan muslim (toilet, mesjid dll)
33.	Minimnya investor dalam membangun sarana dan prasaran umum bagi wisatawan.
34.	Gencarnya promosi halal dan paket-paket halal yang dilakukan negara lain

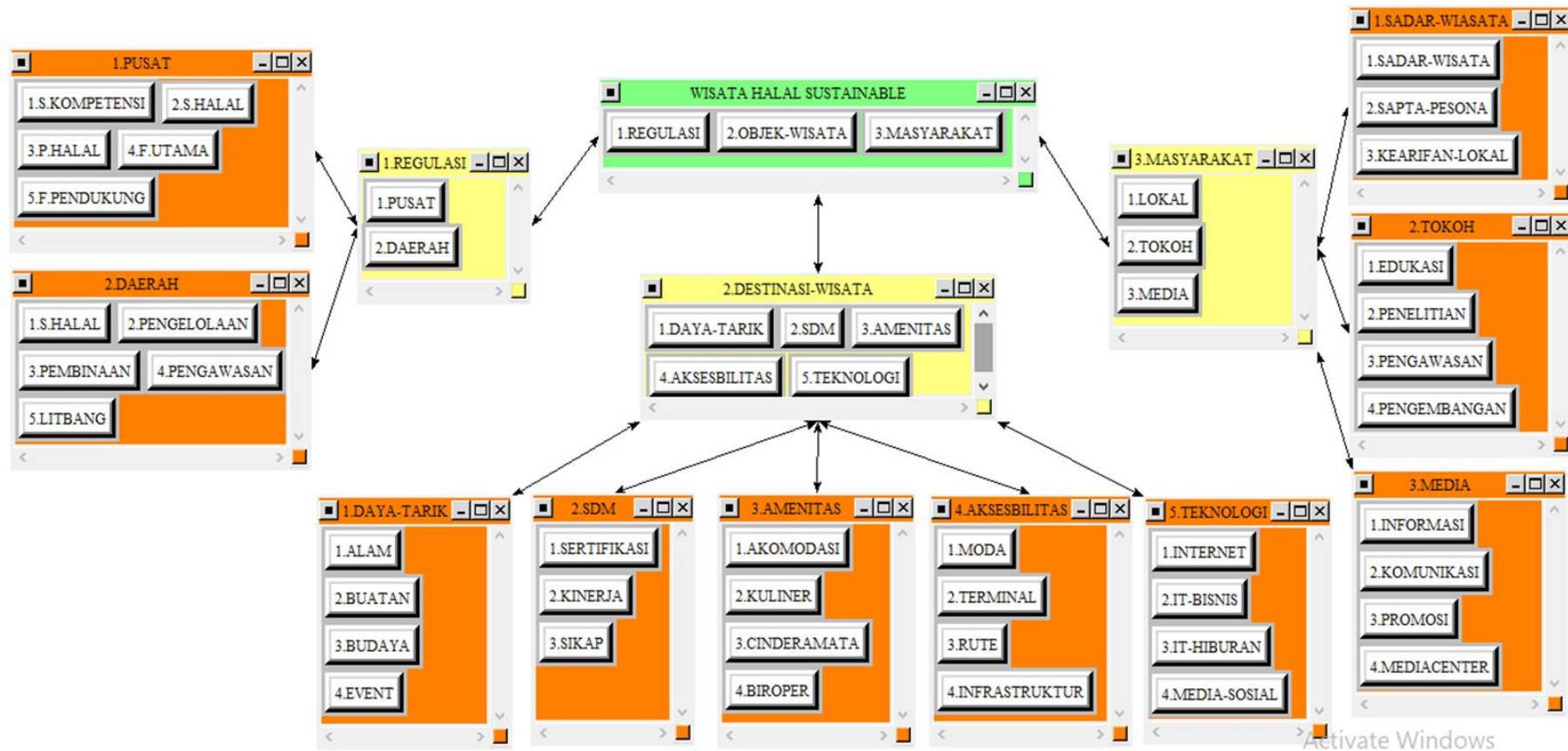
Sumber : Penulis, wawancara dan berbagai sumber (2020)

D. Dekomposisi Model Wisata Halal Sebelum Diuji



Sumber: Penulis , diolah (2020)

E. Kontruksi Model



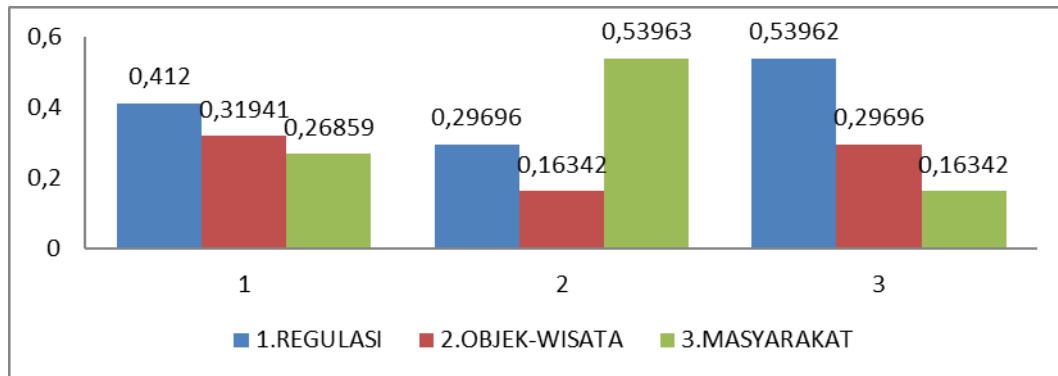
Sumber: Penulis , diolah (2020)

F. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable

1. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable Berdasarkan Daerah

a. Nusa Tenggara Barat

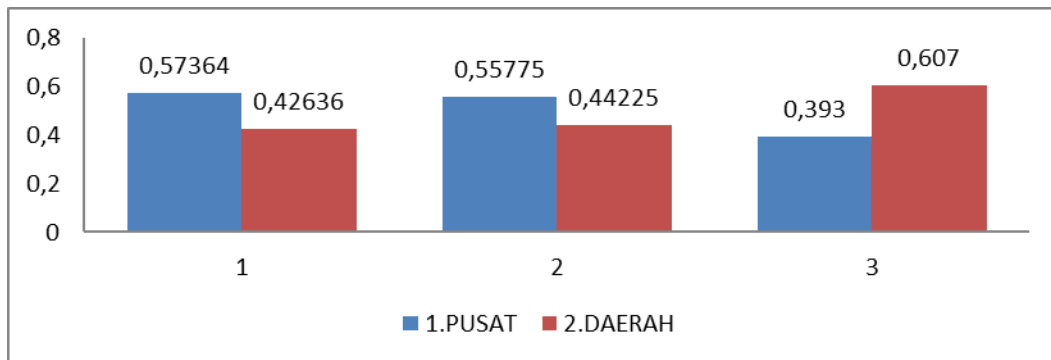
Berdasarkan hasil analisis jawaban kuesioner ANP yang telah diberikan kepada informan dan ada 3 kategori informan yang memberikan jawaban, di bawah ini kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:



Gambar 4.1
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa dalam Aspek Model wisata halal adalah :

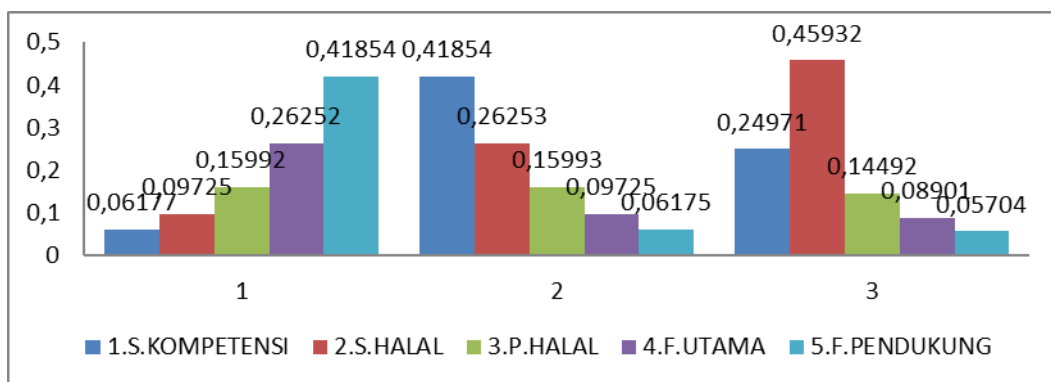
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,41 kedua adalah aspek objek wisata sebesar 0,32 dan prioritas ketiga adalah aspek masyarakat sebesar 0,26859
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek masyarakat sebesar 0,54, kedua adalah aspek regulasi sebesar 0,3, dan ketiga adalah aspek objek wisata sebesar 0,16
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,54, kedua adalah aspek regulasi sebesar 0,3, dan ketiga adalah aspek objek wisata sebesar 0,16



Gambar 4.2
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam Model wisata adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,56 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,44.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,39 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,61.



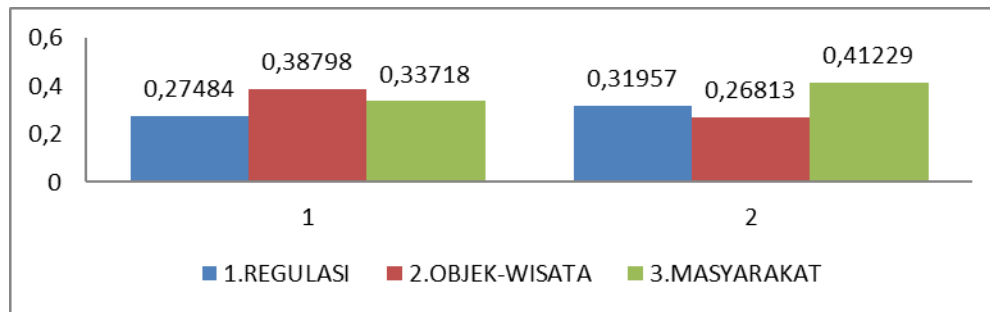
Gambar 4.3
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 3 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam

Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,1, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat aspek F. Utama 0,26 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,42.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,42, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,25, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,46, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,14, keempat aspek F. Utama 0,09 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06.

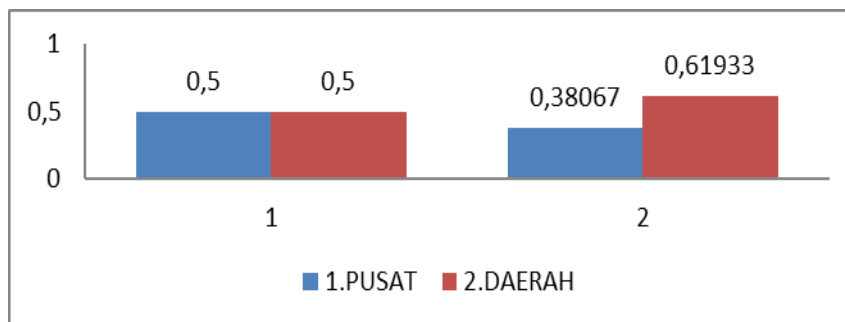
b. Daerah Aceh



Gambar 4.4
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.15 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa dalam faktor Model wisata halal adalah

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,27 kedua adalah aspek Aspek Objek Wisata sebesar 0,38798 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,34.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,32 kedua adalah aspek Aspek Objek Wisata sebesar 0,27 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,41.

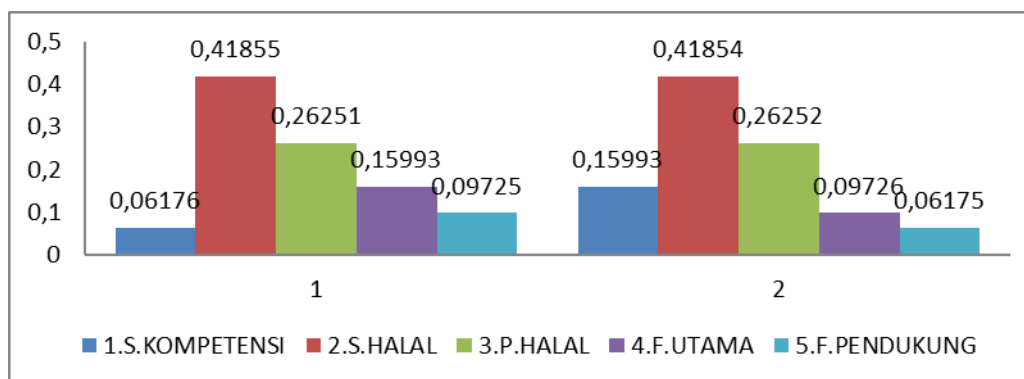


Gambar 4.5

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.16 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi dalam Model wisata halal adalah:

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,5.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,38067 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,61933



Gambar 4.6

Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

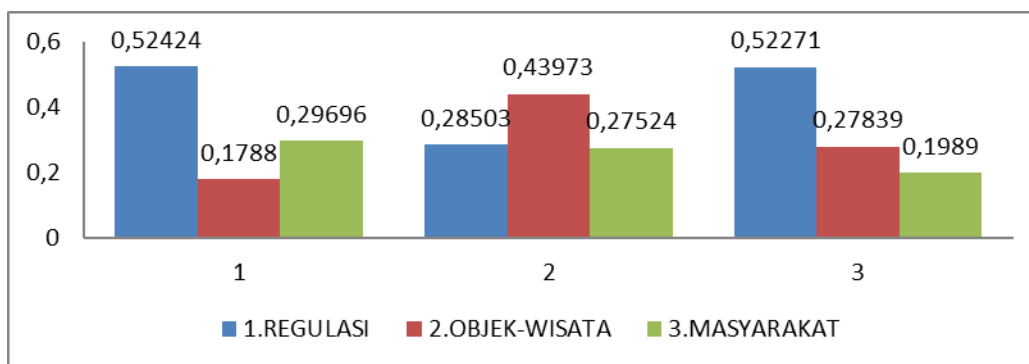
Berdasarkan Gambar 4.17 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,07, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat aspek F. Utama 0,16 dan kelima adalah

aspek F. Pendukung sebesar 0,1.

- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,16, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06. Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,28.

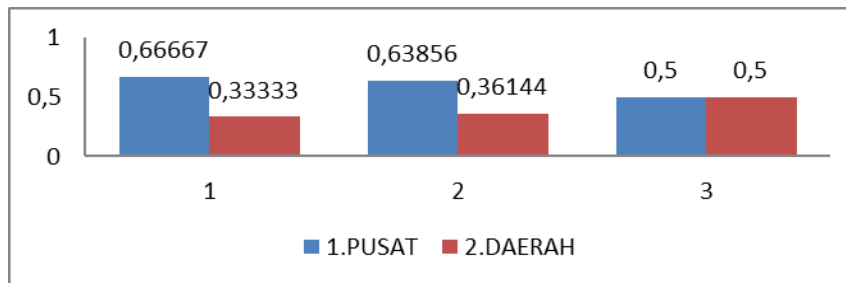
c. Daerah Bali



Gambar 4.7
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.29 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,18 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,3.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,29 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,44 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,28.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,28 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,2.

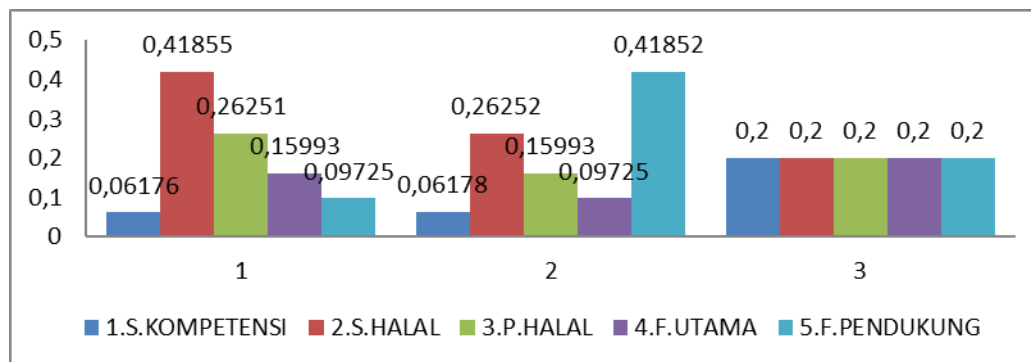


Gambar 4.8

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.30 di atas bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,67 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,33.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,36.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,5.



Gambar 4.9

Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

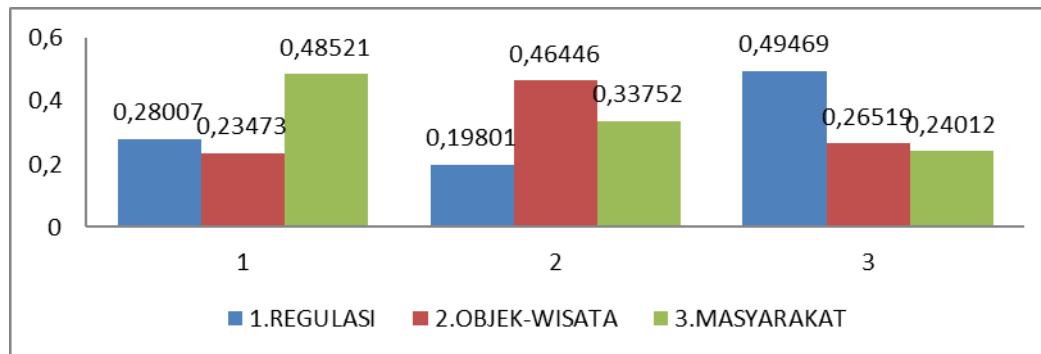
Berdasarkan Gambar 4.31 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,41, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat Aspek F. Utama 0,16 dan kelima adalah

Aspek F. Pendukung sebesar 0,1.

- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat Aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,42.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,2, keempat Aspek F. Utama 0,2 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2.

d. Daerah Sumatera Utara

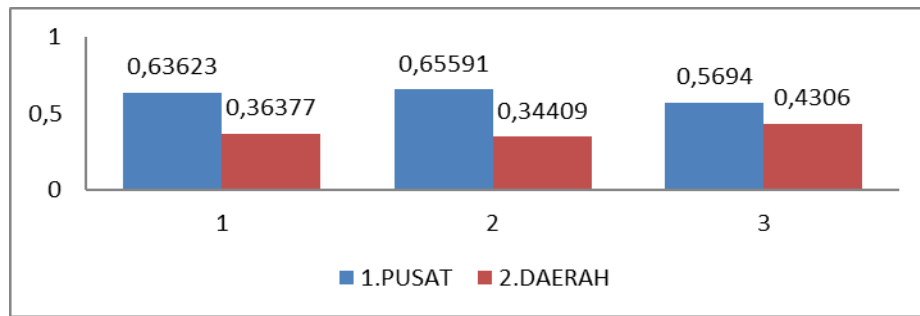


Gambar 4.10

Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.43 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa dalam faktor Model wisata halal adalah:

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Masyarakat sebesar 0,49 kedua adalah Aspek Regulasi sebesar 0,28 dan prioritas ketiga adalah Objek Wisata sebesar 0,23.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,46 kedua Masyarakat sebesar 0,34 adalah Aspek dan prioritas ketiga adalah Regulasi sebesar 0,2.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,49 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,27 dan prioritas ketiga adalah Masyarakat sebesar 0,24.



Gambar 4.11
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

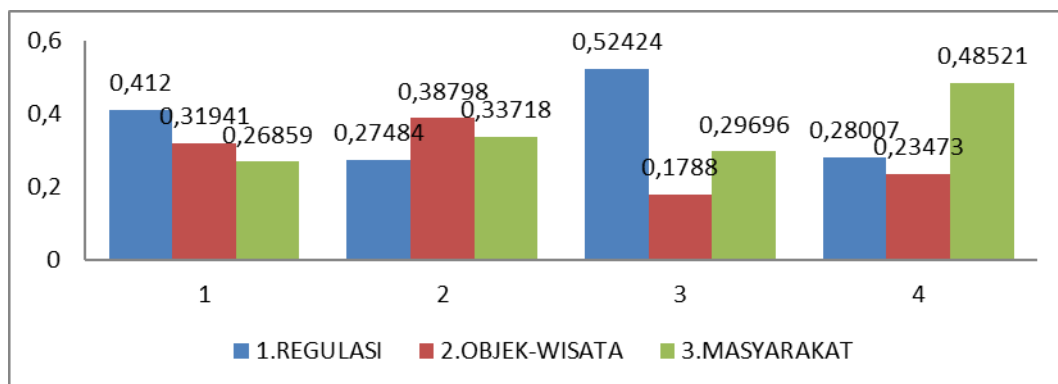
Berdasarkan Gambar 4.44 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa faktor regilasi dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,36.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,66 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,34
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,43.

2. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable Berdasarkan Kategori

a. Kategori Praktisi

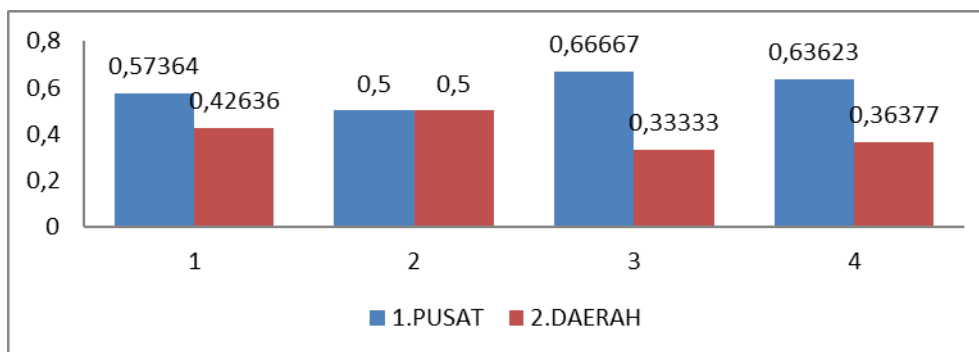
Berdasarkan hasil analisis, kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:



Gambar 4.12
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar di atas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori praktis memprioritaskan bahwa faktor dominan dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,41 kedua adalah obbjek wisata sebesar 0,32 dan prioritas ketiga adalah masyarakat sebesar 0,27.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek aspek Objek Wisata sebesar 0.38798, kedua adalah masyarakat sebear 0,34, dan ketiga adalah regulasi sebesar 0,27
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,5, kedua adalah masyarakat sebear 0,3, dan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,18
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek masyarakat sebesar 0,49, kedua adalah regulasi sebear 0,28, dan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,23.



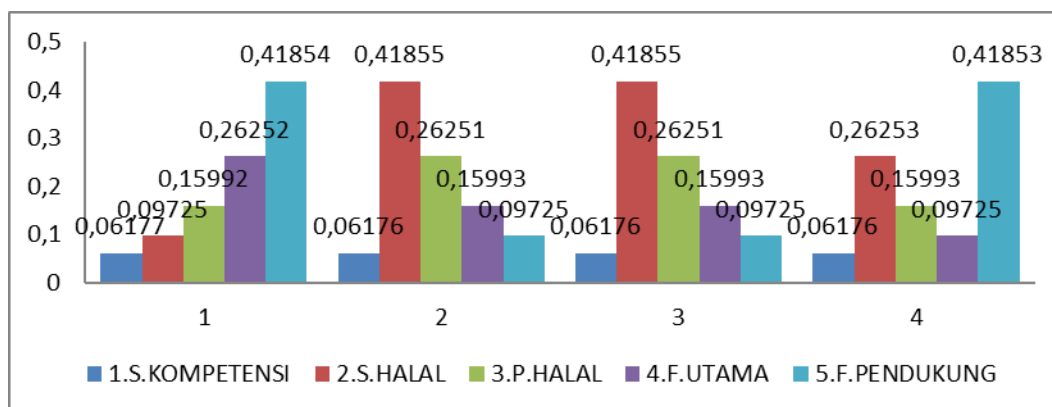
Gambar 4.13
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,57 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0.5 dan

prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,5.

- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,67 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,33.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,36.



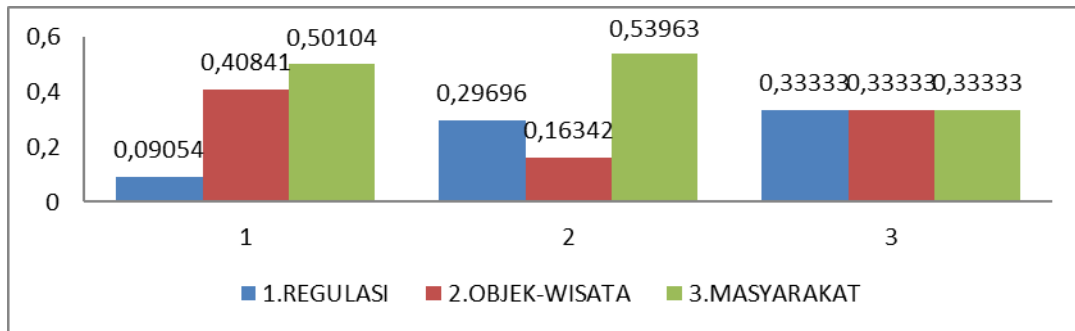
Gambar 4.14
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,1 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,26 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,42
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,42 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,26 keempat adalah F.Utama sebesar 0,16 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,1
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,42 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,03 keempat adalah F.Utama sebesar 0,16 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,1
- 4) Informan 4 : prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06

kedua adalah S.Halal sebesar 0,26 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,42

b. Kategori Masyarakat

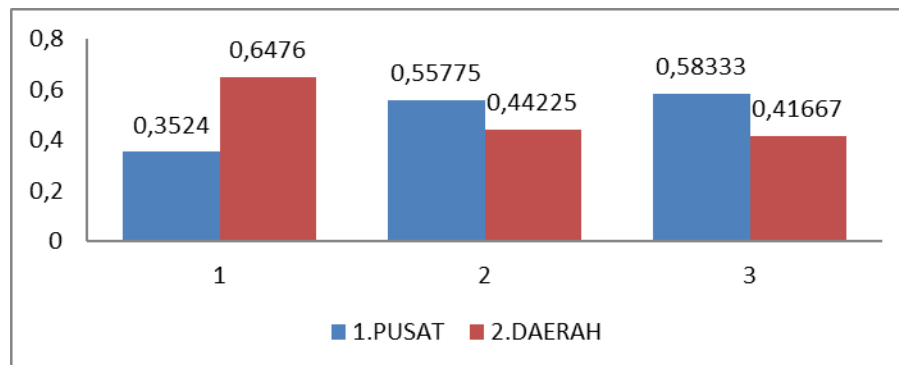


Gambar 4.15

Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,1 kedua adalah objek-wisata sebesar 0.41 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,5
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,3 kedua adalah objek-wisata sebesar 0.16 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,54
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,33 kedua adalah objek-wisata sebesar 0.33 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,33

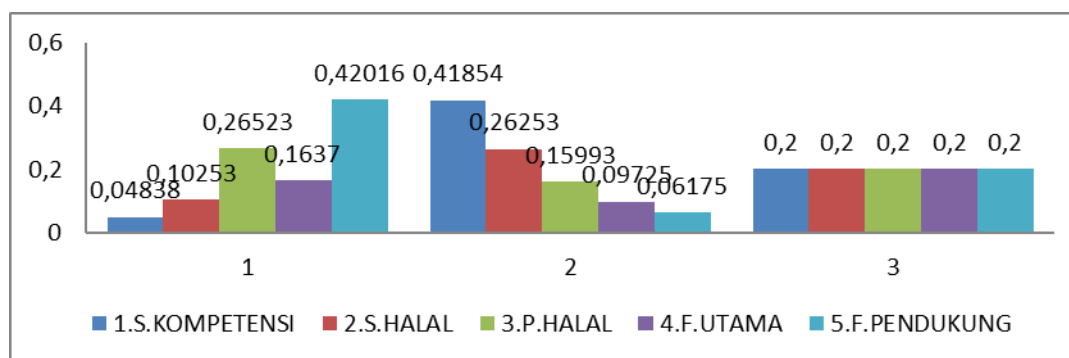


Gambar 4.16

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,35 dan kedua adalah daerah sebesar 0.65
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,56 dan kedua adalah daerah sebesar 0,44
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,58 dan kedua adalah daerah sebesar 0.42



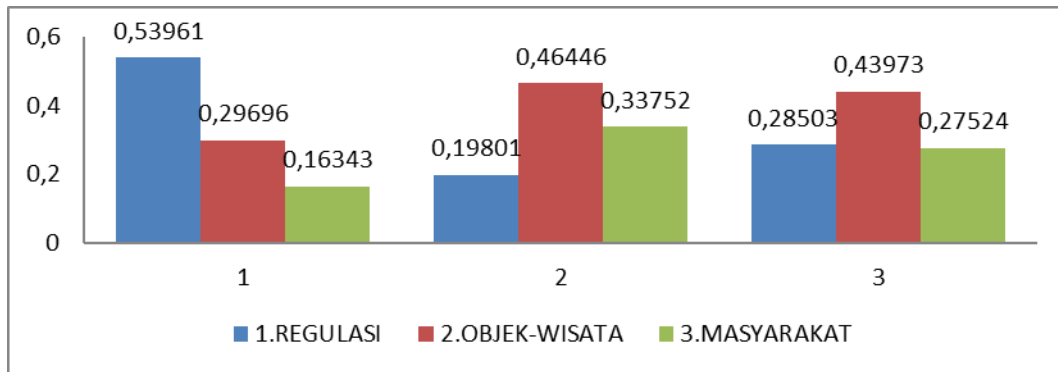
Gambar 4.17
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,05 kedua adalah s.halal sebesar 0.1 ketiga adalah p.halal sebesar 0,27 keempat adalah f.utama sebesar 0,16 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,42
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,42 kedua adalah s.halal sebesar 0,26 ketiga adalah p.halal sebesar 0,16 keempat adalah f.utama sebesar 0,1 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,06
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,2 kedua adalah s.halal sebesar 0.2 ketiga adalah p.halal sebesar 0,2 keempat adalah

f.utama sebesar 0,2 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,2

c. Kategori Auditor Halal

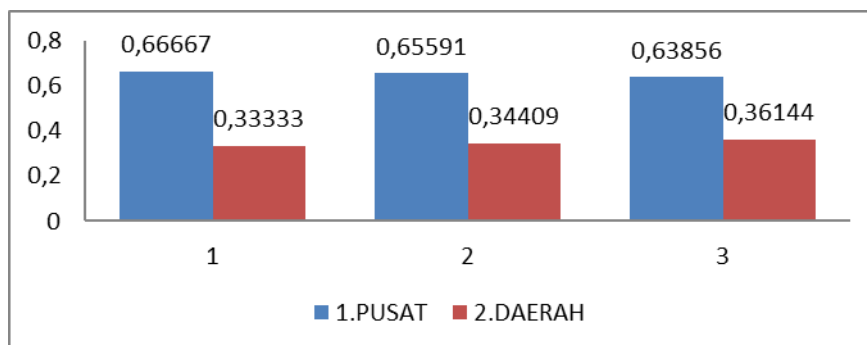


Gambar 4.18

Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,54, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,3 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,2, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,47 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,34.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,29, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,44 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,28.



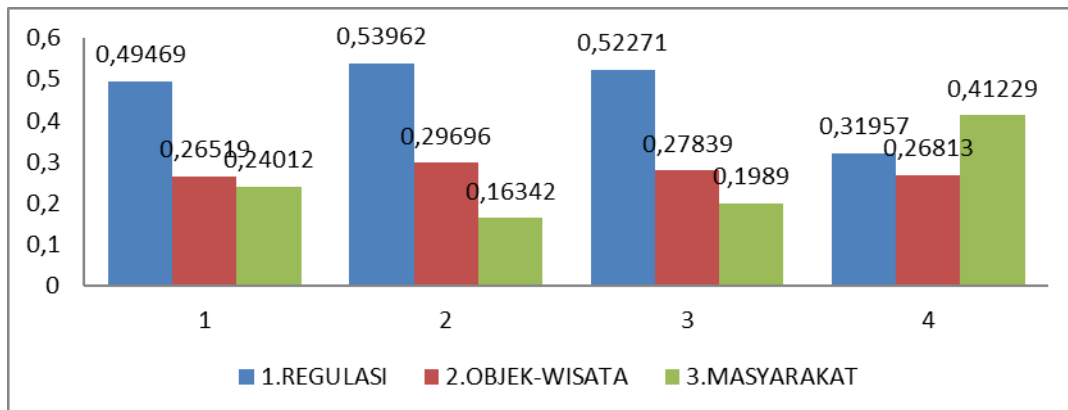
Gambar 4.19

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,67 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,33.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,66 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,34.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,36.

d. Kategori Regulator

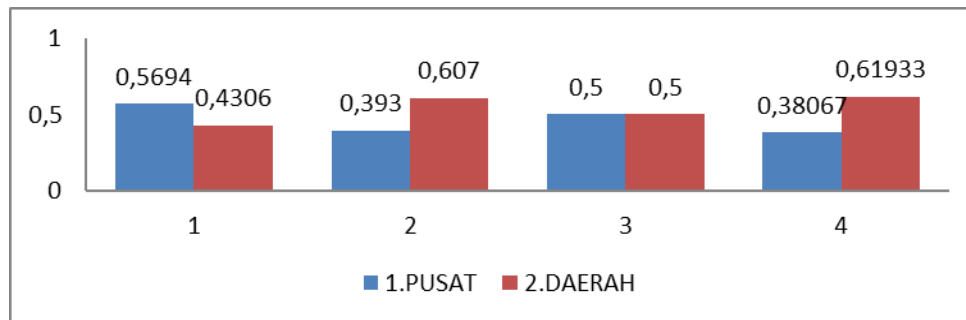


Gambar 4.20
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,49, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,27 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,24.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,54, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,3 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,28 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,2.
- 4) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,32,

kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,27 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,41.



Gambar 4.21
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

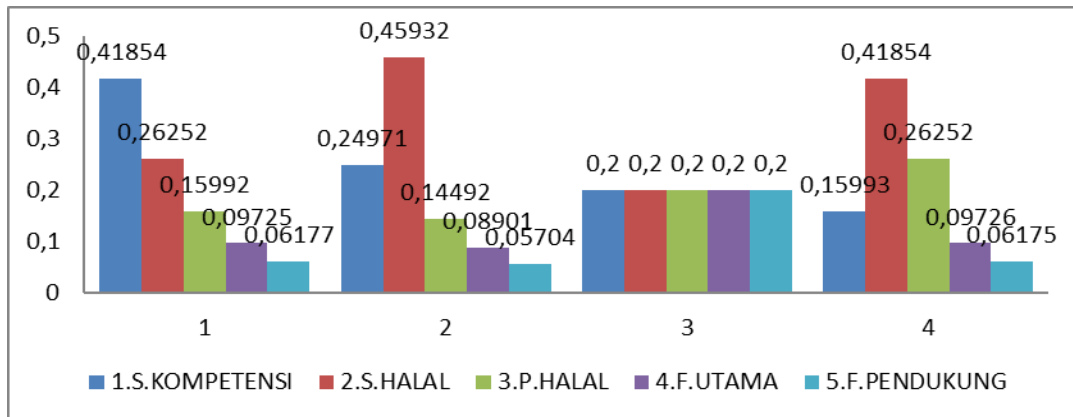
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,39 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,61.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,5.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,38 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,62.

Dari Gambar terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,42, kedua adalah S.Halal sebesar 0,26, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,25,

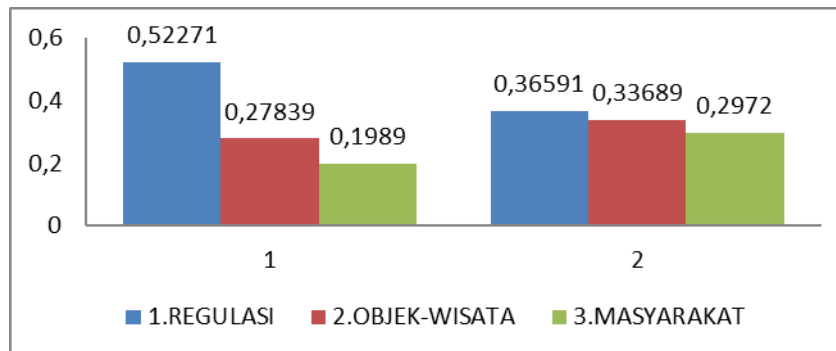
kedua adalah S.Halal sebesar 0.46, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,14 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.

- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah S.Halal sebesar 0.2, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,2 keempat adalah F.Utama sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,2.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,16, kedua adalah S.Halal sebesar 0.42, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,26 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.



Gambar 4.22
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

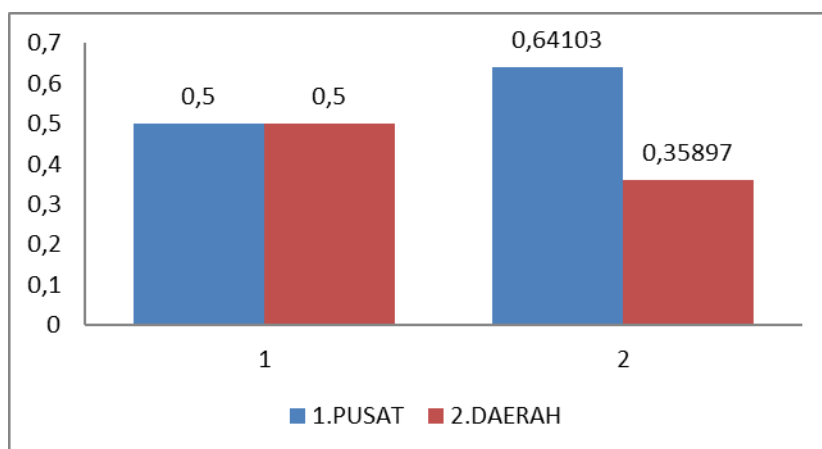
e. Kategori Akademisi



Gambar 4.23
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

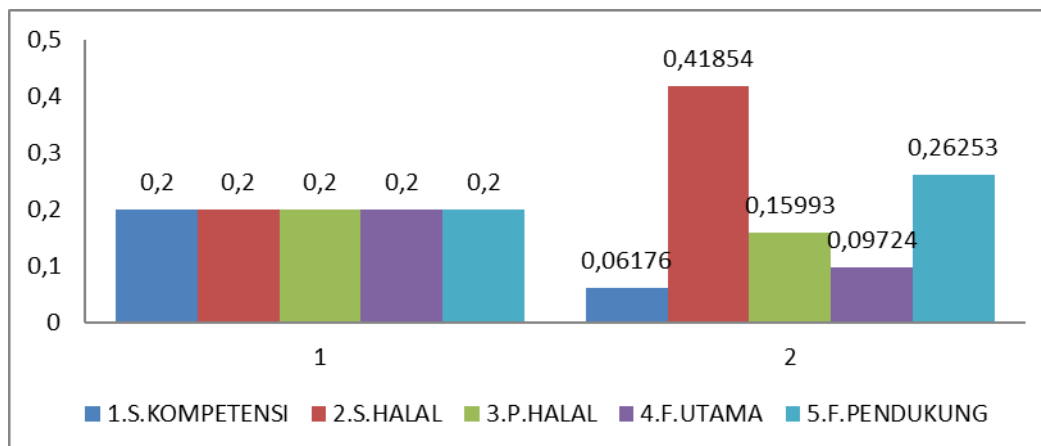
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,28 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,1989.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,37, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,34 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,3.



Gambar .24
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,5.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64103 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,35897.



Gambar 4.25
Prioritas Aspek Regulas Pusati dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

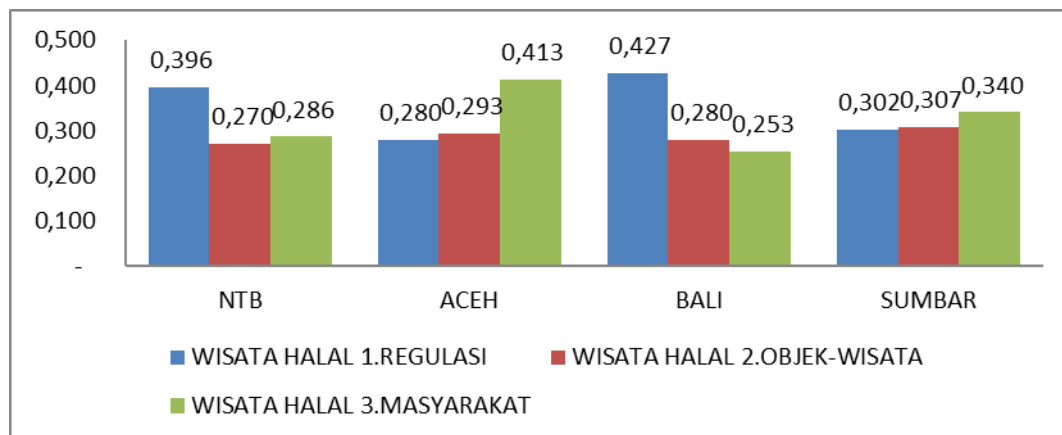
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah S.Halal sebesar 0.2, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,2 keempat adalah F.Utama sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,2.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah S.Halal sebesar 0.42, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,26.

G. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable

1. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Daerah

a. Aspek Model Wisata Halal

Berdasarkan hasil analisis, Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain menurut daerah adalah sebagai berikut:



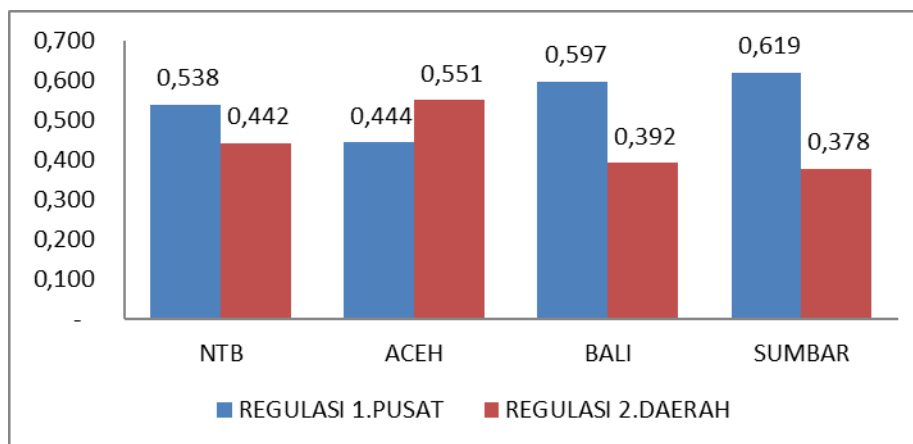
Gambar 4.26
Prioritas Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.127 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,4, kemudian disusul urutan kedua adalah masyarakat sebesar 0,29, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,27.
 - 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,41, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,29, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah regulasi sebesar 0,28.
 - 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,43, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,28, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,25.
 - 4) Daerah Sumut memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,34, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,31, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah sebesar 0,3.
- b. Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal
- Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.128 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:
- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,54,

kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0,44.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek regulasi daerah sebesar 0,44, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0,44.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,59, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0,39.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,61, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0,38.



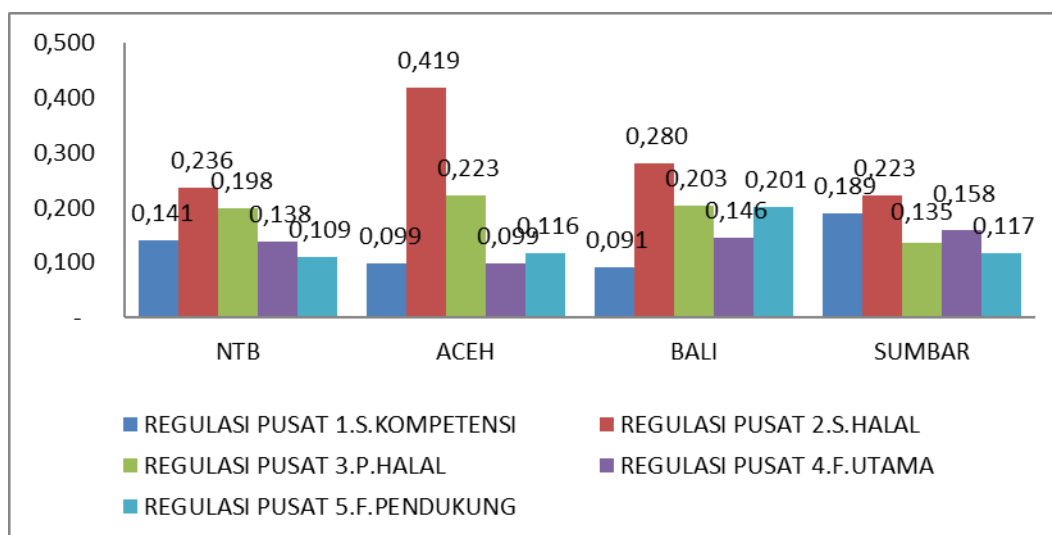
Gambar 4.27
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal

c. Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.129 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,24, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,2, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,14, disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,14 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,11.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,42, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,22, selanjutnya urutan ketiga adalah F, Pendukung sebesar 0,12, dan disusul oleh Aspek F. Utama serta Aspek S. Kompetensi sebesar 0,1.

- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,28, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0, 2, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2, disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,15 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,09.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,22, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0, 19, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek F. Utama sebesar 0,16, disusul oleh Aspek P. Halal sebesar 0,135 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,12.



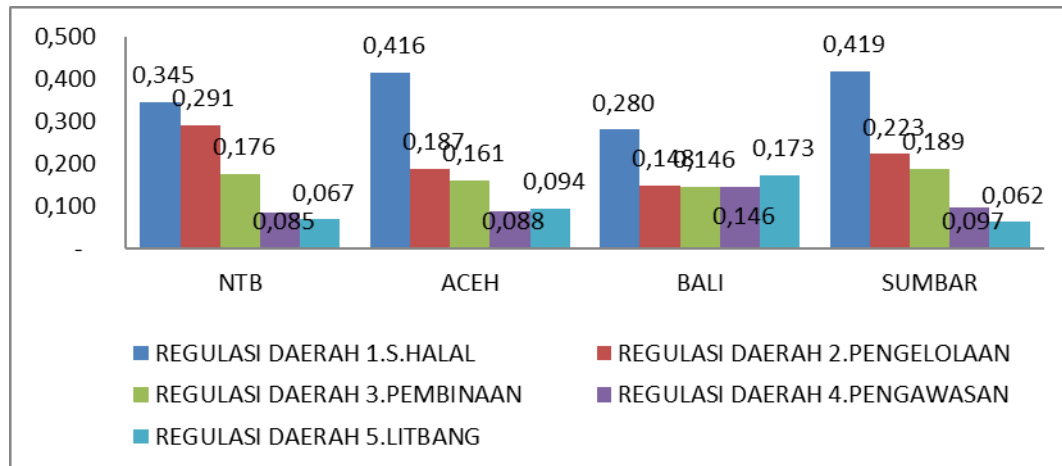
Gambar 4.28
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal

d. Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.130 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,35, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,29, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,18, urutan keempat disusul Aspek pengawasan sebesar 0,09 dan terakhir Aspek Litbang sebesar 0,07.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,42, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,19, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,16, urutan keempat disusul Aspek Litbang sebesar 0,09 dan urutan terakhir Aspek pengawasan sebesar 0,09.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,28, urutan kedua disusul Penelolan, Aspek Pembinaan dan Aspek pengawasan sebesar 0,15 dan di urutan terakhir disusul Aspek Litbang sebesar 0,17.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,42, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,22, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,19, urutan keempat disusul Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan di urutan terakhir Aspek Litbang sebesar 0,06.



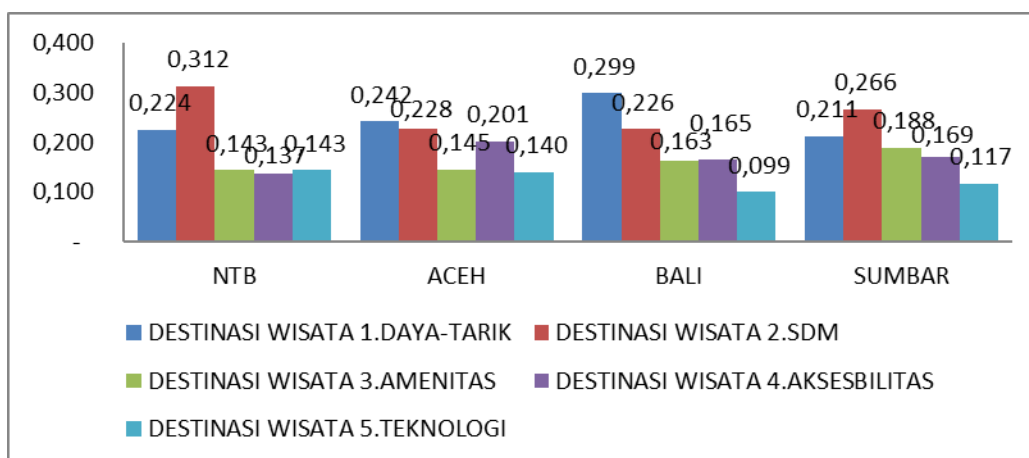
Gambar 4.29
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal

e. Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.131 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan SDM sebesar 0,31, di urutan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,22, di urutan ketiga adalah Aspek Amenitas dan aspek Teknologi sebesar 0,14 serta di urutan terakhir disusul oleh Aksesibilitas sebesar 0,14.

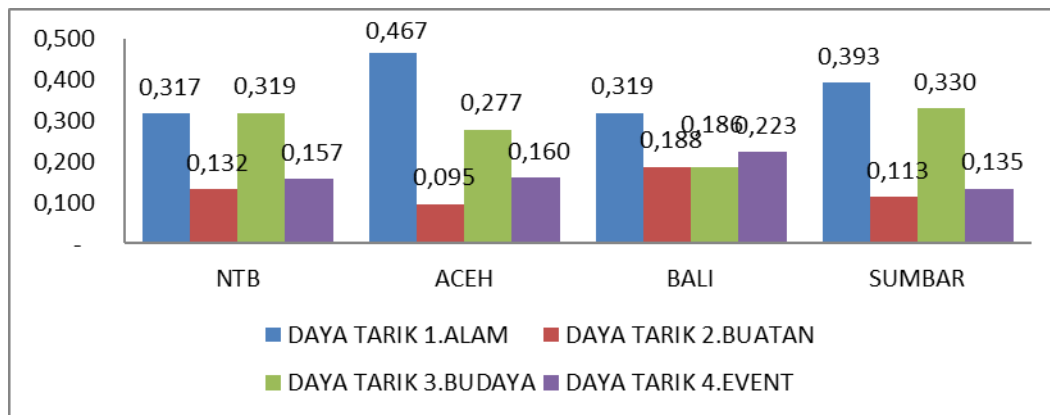
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, di urutan kedua adalah SDM sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,201, di urutan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,15 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,14.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,3, di urutan kedua adalah SDM sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aspek Aksesibilitas sebesar 0,17, di urutan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,1.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan SDM sebesar 0,27, di urutan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,21, di urutan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,19, di urutan keempat sebesar Aksesibilitas sebesar 0,17 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,12.



Gambar 4.30
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

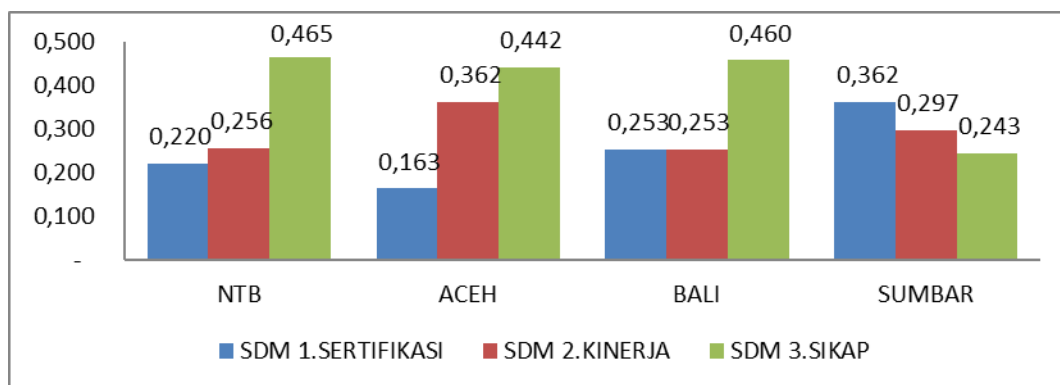
- f. Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.132 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:
 - 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,32, di urutan kedua adalah Alam sebesar 0,32, di urutan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,13.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,1 dan diurutan terakhir disusul Aspek event sebesar 0,16.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Aspek event sebesar 0,22, di urutan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,19 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek budaya sebesar 0,19.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,39, diurutan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,33, diurutan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,14 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,11.



Gambar 4.31
Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

g. Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

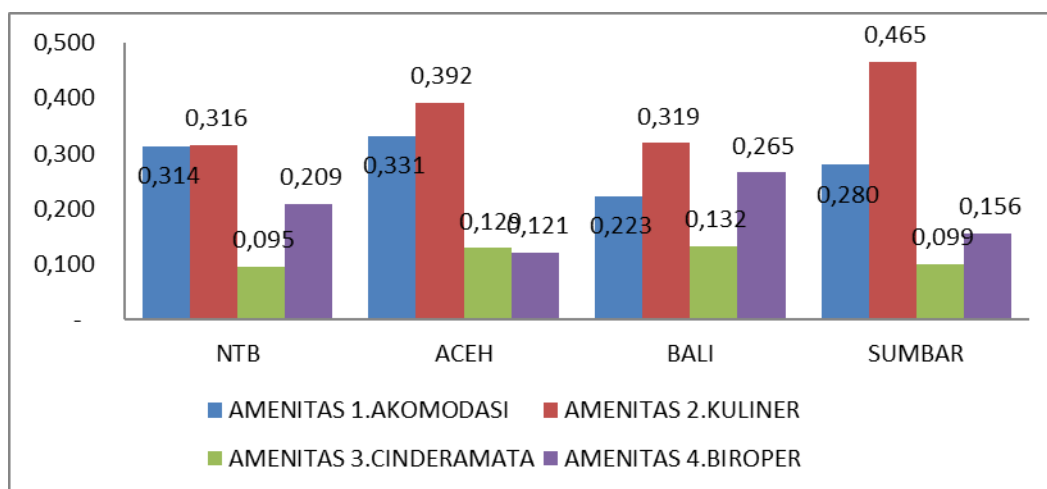


Gambar 4.32
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.133 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,26 dan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,22.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,44, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,36 dan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,16.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,46 dan diurutan kedua disusul oleh Aspek event serta Kinerja sebesar 0,25.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek event sebesar 0,36, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Sikap sebesar 0,24.

h. Aspek Amenitas dan Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



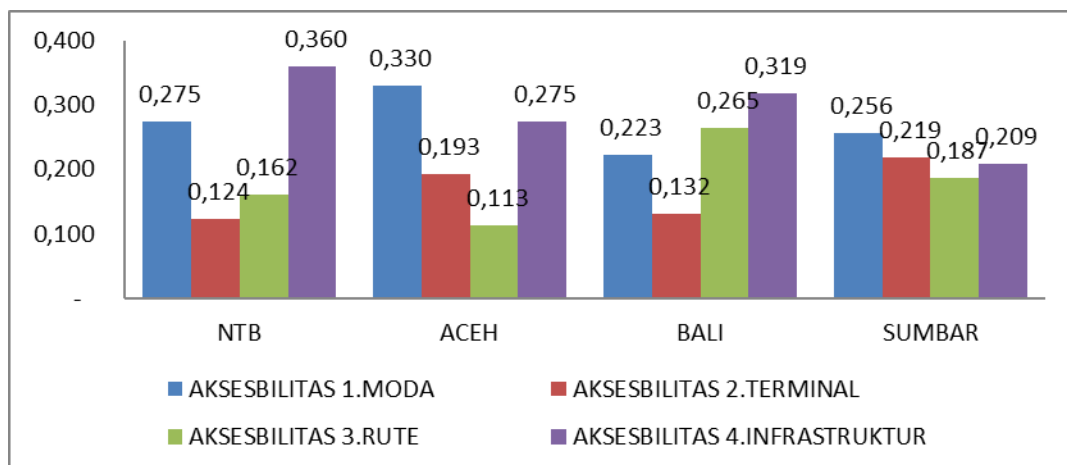
Gambar 4.33
Prioritas Aspek Amenitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.134 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah

masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, di urutan kedua adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,31, diurutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,21 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,39, diurutan kedua adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,33, diurutan ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,13 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek biroper sebesar 0,12.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Aspek biroper sebesar 0,27, diurutan ketiga adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,22 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.

- i. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

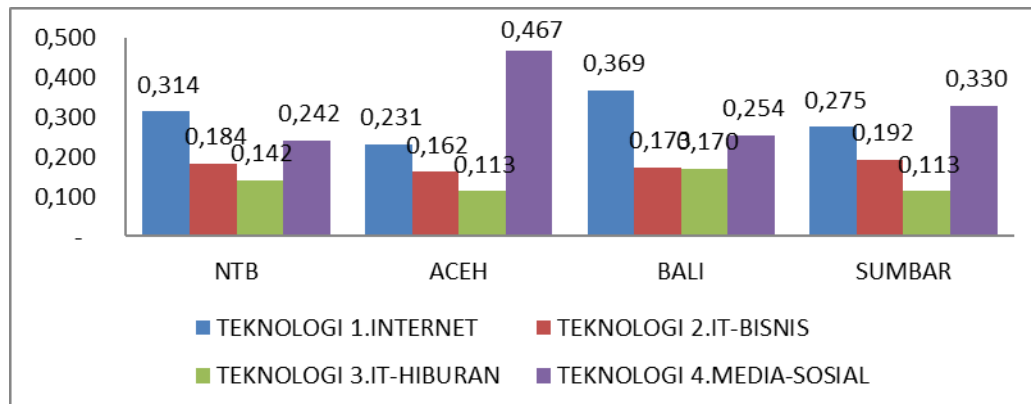


Gambar 4.34
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.135 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah aspek rute sebesar 0,16 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,12.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek terminal sebesar 0,19 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,11.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek rute sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek moda sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,22, diurutkan ketiga adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,21 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,19

j. Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

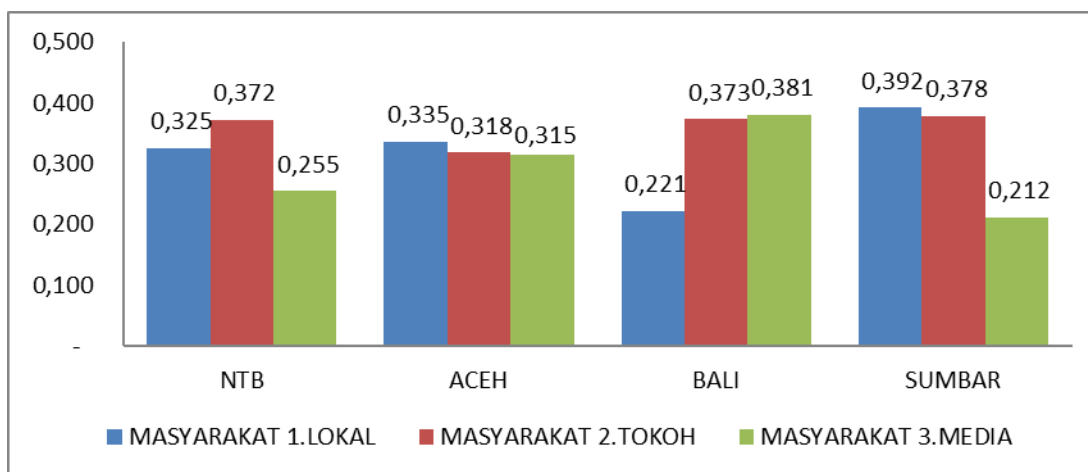


Gambar 4.35
Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.136 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,31, diurutan kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,14.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,23, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,11.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,37, diurutan kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,25, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,17 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,17.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,33, diurutan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,19 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,11.

k. Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal



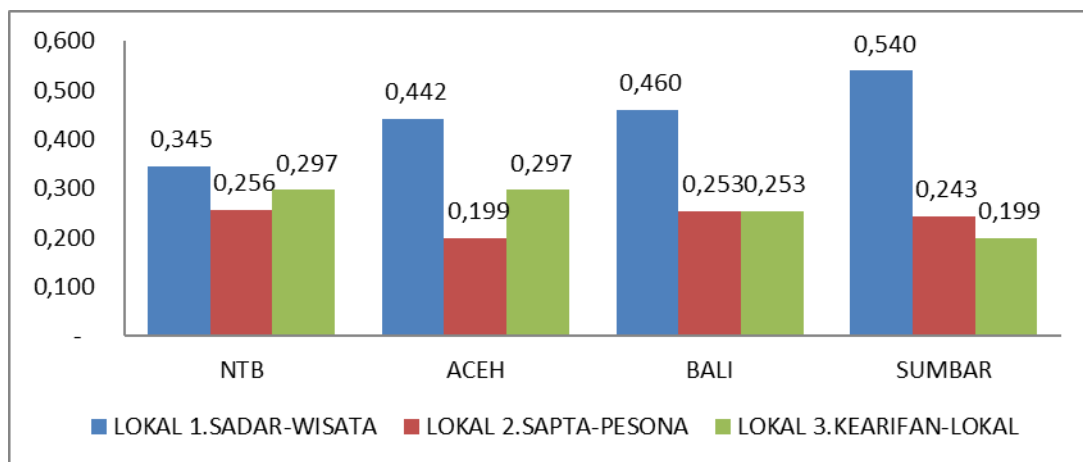
Gambar 4.36
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.137 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah

masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,37, diurutkan kedua adalah Aspek lokal sebesar 0,33 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,26.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek lokal sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,32 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,32.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek media sebesar 0,38, diurutkan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,37 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek lokal sebesar 0,22.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek lokal 0,39, diurutkan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,38 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,21.

1. Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.37
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal

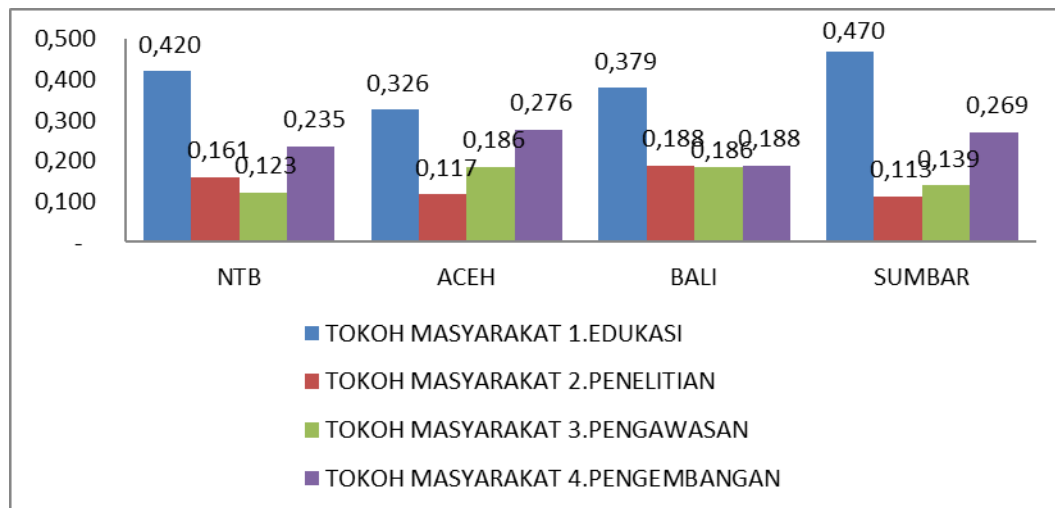
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.138 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,3 dan

diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona sebesar 0,26.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,44, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona sebesar 0,2.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,46 dan diurutan kedua disusul oleh Aspek sapta pesona dan Aspek kearifan lokal.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,54, diurutan kedua adalah Sapta Aspek lokal sebesar 0,24 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,2.

m. Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.38
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal

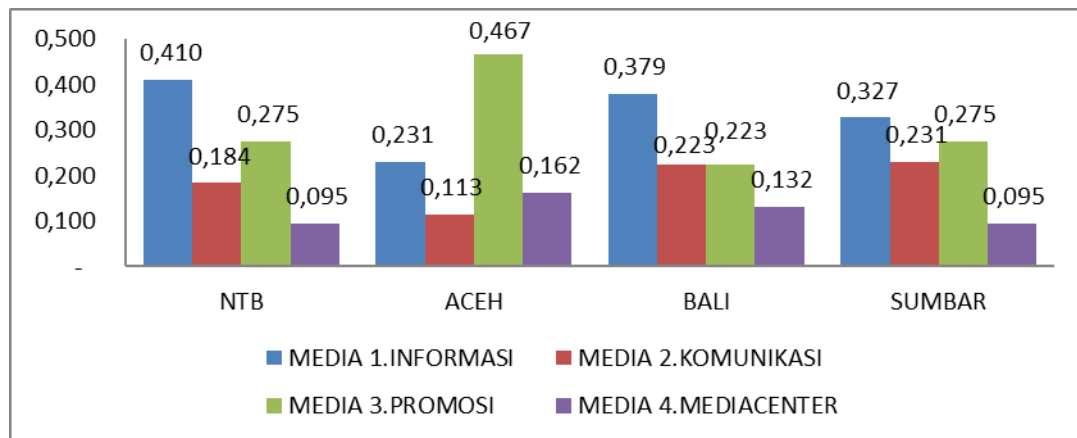
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.139 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Model sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aspek penelitian sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,12.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,33, diurutan kedua

adalah Model sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek pengawasan dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,12.

- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, diurutkan kedua adalah Aspek penelitian dan Model sebesar 0,19 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,19.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Model sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,11.

n. Aspek media dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.39
Prioritas Aspek media dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.140 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,41, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,1
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek promosi sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Aspek informasi sebesar 0,23, diurutkan ketiga adalah

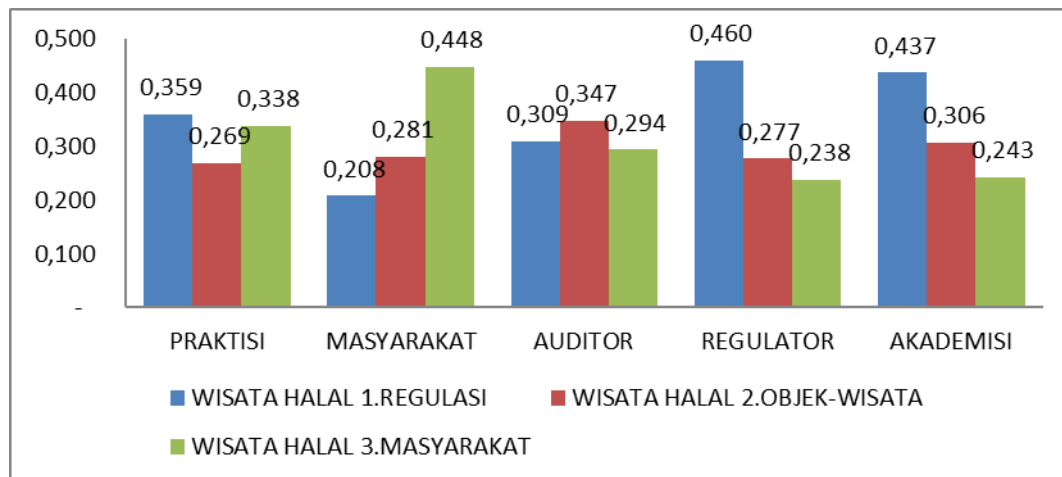
Aspek Mediacenter sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek komunikasi sebesar 0,11.

- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,378, diurutan kedua adalah Aspek komunikasi dan Aspek promosi sebesar 0,22 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,33, diurutan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,23 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,1.

2. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Kategori

a. Aspek Model Wisata Halal

Berdasarkan hasil analisis, kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:



Gambar 4.40
Prioritas Model Wisata Halal

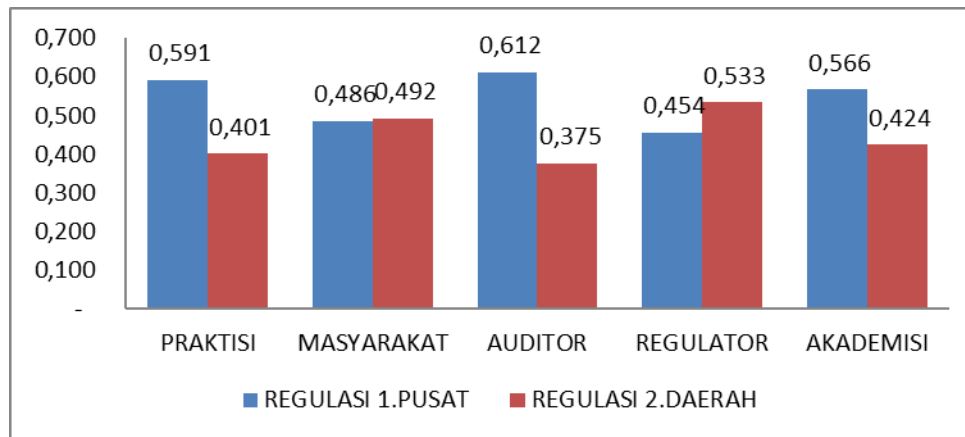
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.141 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rataan kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,36, kemudian disusul urutan kedua adalah masyarakat sebesar 0,34, dan selanjutnya yang

urutan ketiga adalah sebesar 0,27,

- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,45, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,28, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah regulasi sebesar 0,21
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Masyarakat sebesar 0,35, di urutan kedua adalah Regulasi sebesar 0,31 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Objek Wisata sebesar 0,29.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Regulasi sebesar 0,46, urutan kedua adalah Masyarakat sebesar 0,28 dan di urutan terakhir disusul oleh aspek Objek Wisata sebesar 0,24.
- 5) Akademisi memprioritaskan Regulasi sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Masyarakat sebesar 0,31 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Objek Wisata sebesar 0,24.

b. Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.41
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal

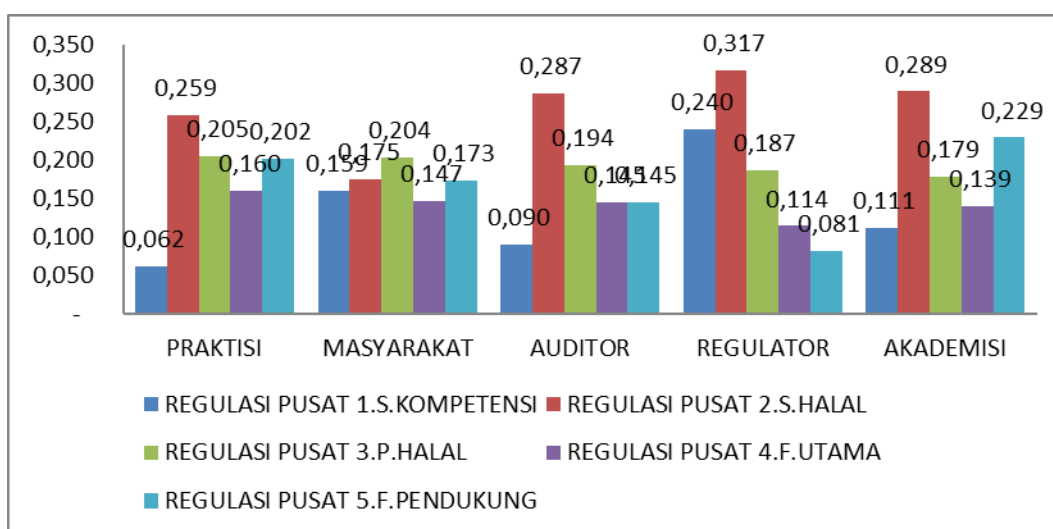
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.142 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Pusat sebesar 0,59 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,41.
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek Daerah sebesar 0,49 dan disusul

oleh Pusat sebesar 0,49.

- 3) Auditor memprioritaskan aspek Pusat sebesar 0,61 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,38.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Daerah sebesar 0,53 dan disusul oleh Pusat sebesar 0,45.
- 5) Akademisi memprioritaskan Pusat sebesar 0,57 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,42.

c. Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal



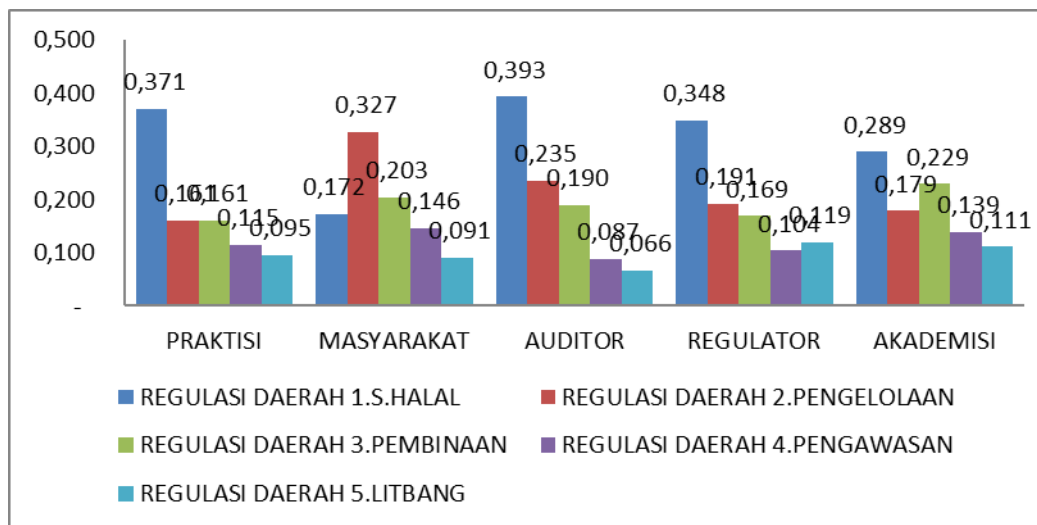
Gambar 4.42
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.143 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,21, diurutkan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2, di urutan keempat adalah F. Utama sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek P. Halal sebesar 0,2, diurutkan kedua Aspek S. Halal sebesar 0,18, diurutkan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,17, diurutkan keempat adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,159 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,15.

- 3) Auditor memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutkan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,19, diurutkan ketiga adalah Aspek F. Utama dan Aspek F. Pendukung sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,09.
- 4) Regulator memprioritaskan. Aspek S. Halal sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,19, diurutkan keempat adalah Aspek F. Utama sebesar 0,11 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,08.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutkan kedua adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,23, diurutkan ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,18, diurutkan keempat adalah Aspek F. Utama sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,11.

d. Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.43
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal

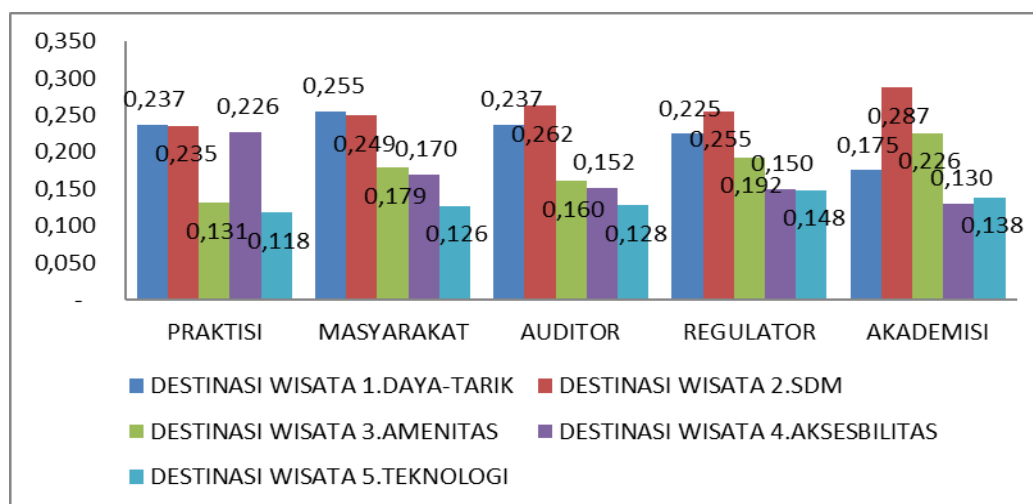
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.144 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,37, diurutkan kedua adalah Aspek Pengelolaan dan Aspek Pembinaan sebesar 0,16, diurutkan

ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,12 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,1.

- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek Pengelolaan sebesar 0,33, diurutan kedua adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,2, diurutan ketiga adalah Aspek S. Halal sebesar 0,17, diurutan keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,15 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,09.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,39, diurutan kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,19, diurutan keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,09 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,07.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,35, diurutan kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,19, diurutan ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,17, diurutan keempat adalah Aspek Litbang sebesar 0,12 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,1.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutan kedua adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,23, diurutan ketiga adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,18, diurutan keempat adalah Aspek pengawasan dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,11.

e. Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

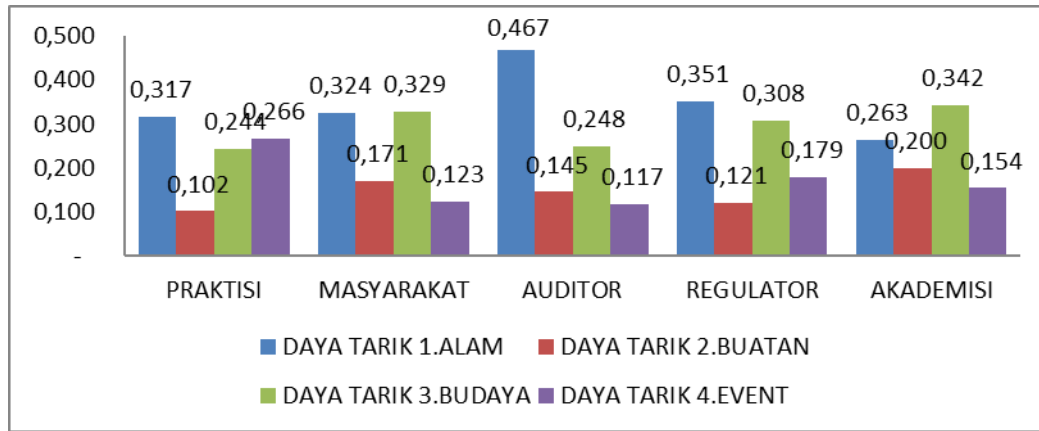


Gambar 4.44
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.145 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, diurutkan kedua adalah SDM sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,23, diurutkan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,131 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,12.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah SDM sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,18, diurutkan keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,17 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek SDM sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,16, diurutkan keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,13.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek Daya Tarik dan SDM sebesar 0,23, diurutkan kedua adalah Aspek Amenitas sebesar 0,19, diurutkan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,15.
- 5) Akademisi memprioritaskan aspek SDM sebesar 0,29, diurutkan kedua adalah Aspek Amenitas sebesar 0,23, diurutkan ketiga adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,18, diurutkan keempat adalah Aspek Teknologi sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aksesibilitas sebesar 0,13.

f. Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



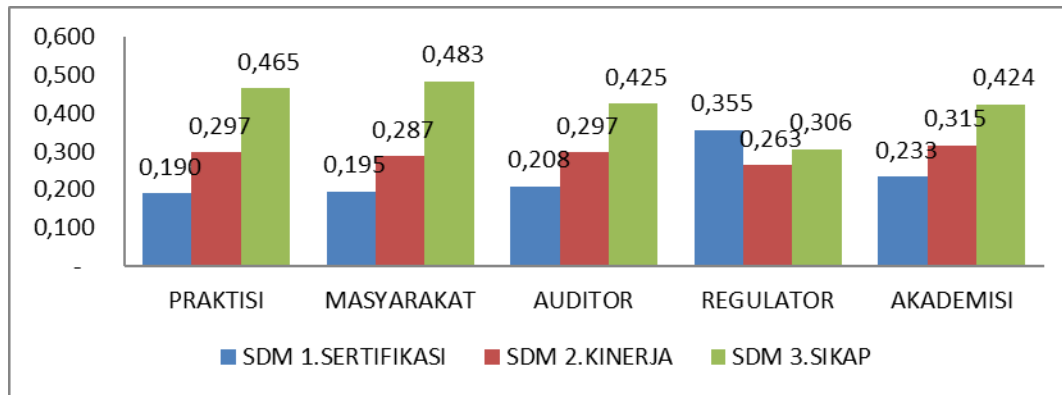
Gambar 4.45

Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.146 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek event sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,24 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,1.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Alam sebesar 0,32, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,17 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,12.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,31, diurutkan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,12.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Alam sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,2 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,15.

- g. Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

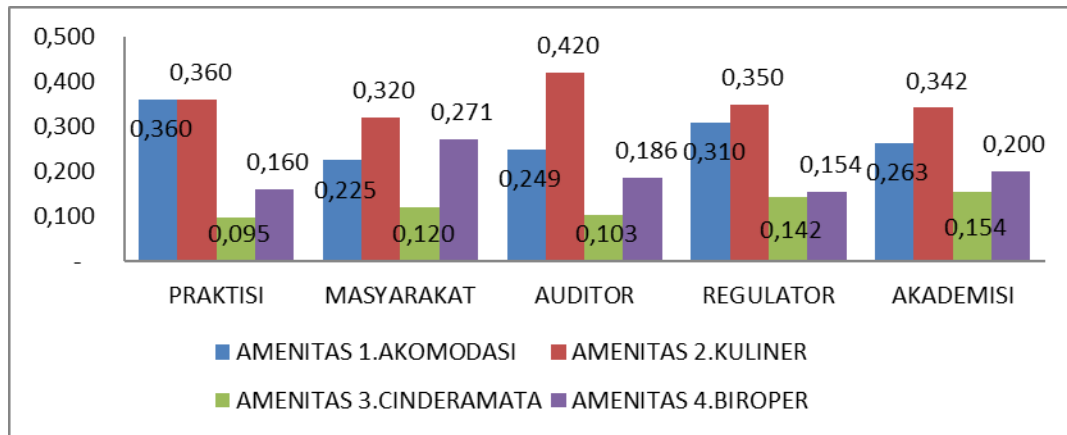


Gambar 4.46
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.147 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,19.
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,483, diurutkan kedua adalah Kinerja sebesar 0,287 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,195.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,43, diurutkan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,21.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek event sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Sikap sebesar 0,31 dan diurutkan terakhir disusul oleh Kinerja sebesar 0,263.
- 5) Akademisi memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,42, diurutkan kedua adalah Kinerja sebesar 0,32 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,23.

- h. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



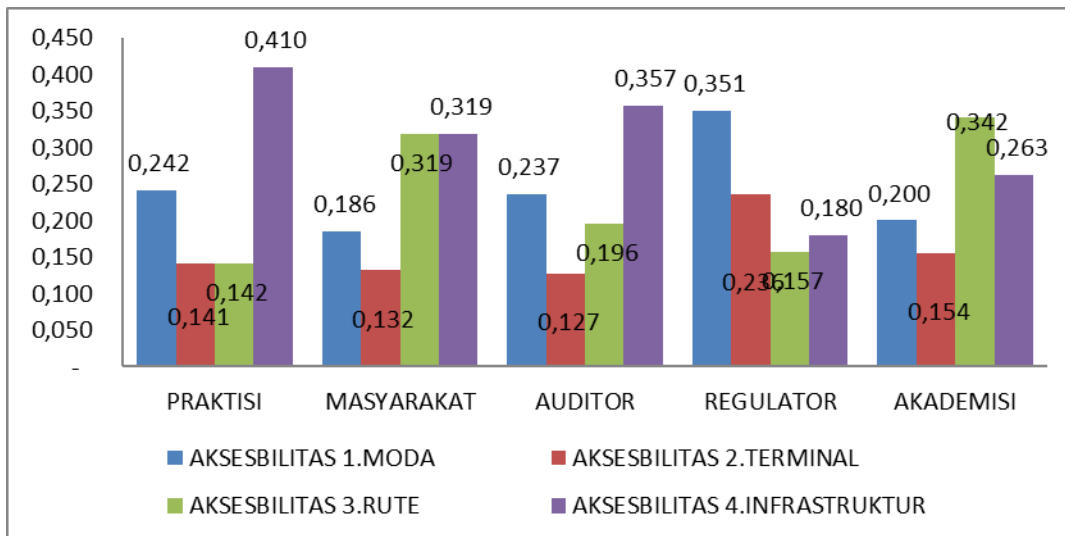
Gambar 4.47
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.148 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek akomodasi sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek biroper sebesar 0,16 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek biroper sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek akomodasi sebesar 0,23 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,42, diurutkan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,19 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,31, diurutkan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir adalah Cinderamata sebesar 0,14.

- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,2 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,15.

- i. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



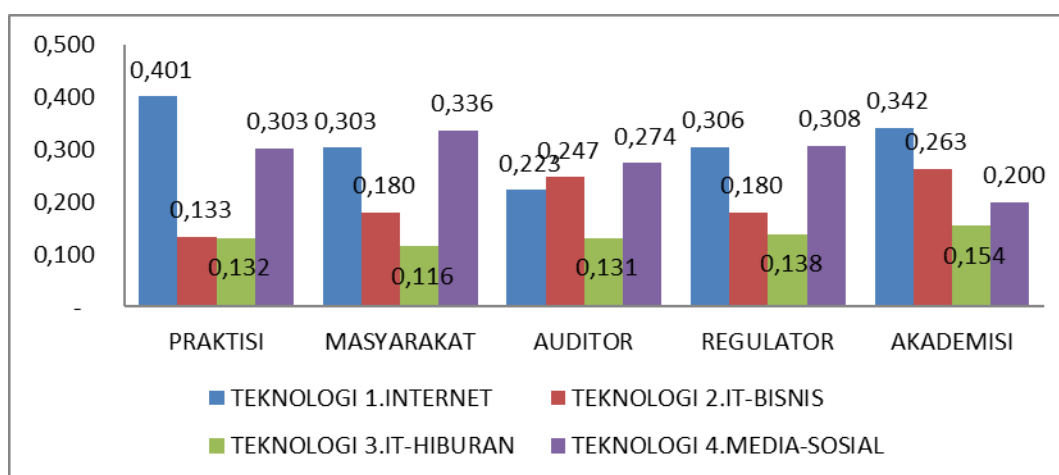
Gambar 4.48
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.149 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,41, diurutan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,14 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,14.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek infrastruktur dan Aspek rute sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,19 dan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,36, diurutan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,2 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.

- 4) Regulator memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,35, diurutan kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,16.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek rute sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek moda sebesar 0,2 dan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,15.

j. Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.49

Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

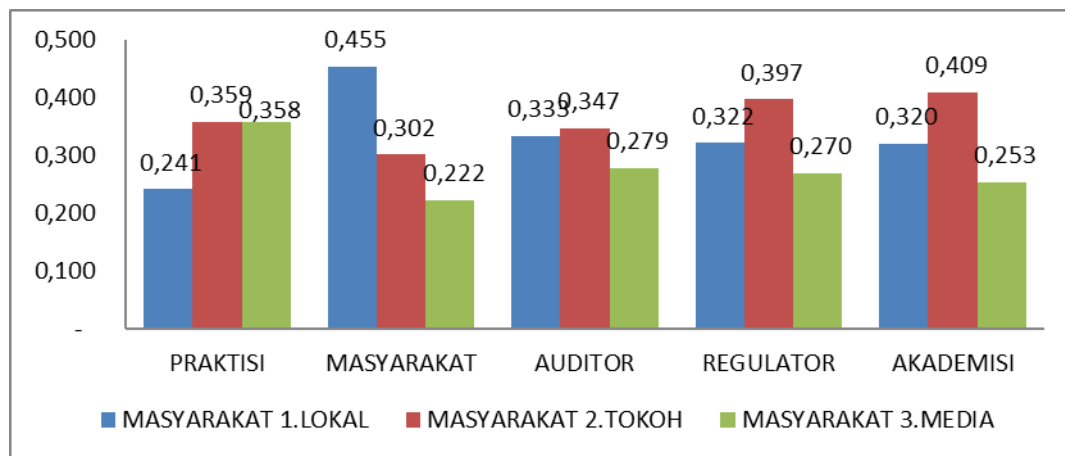
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.150 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,4, diurutan kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,3, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,13 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,13.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,3, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,27, diurutan kedua adalah IT Bisnis sebesar 0,25, diurutan ketiga adalah Aspek internet

sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,13.

- 4) Regulator memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,31, diurutkan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,31, diurutkan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,14.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah IT Bisnis sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah IT Hiburan sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media Sosial sebesar 0,2.

k. Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.50
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal

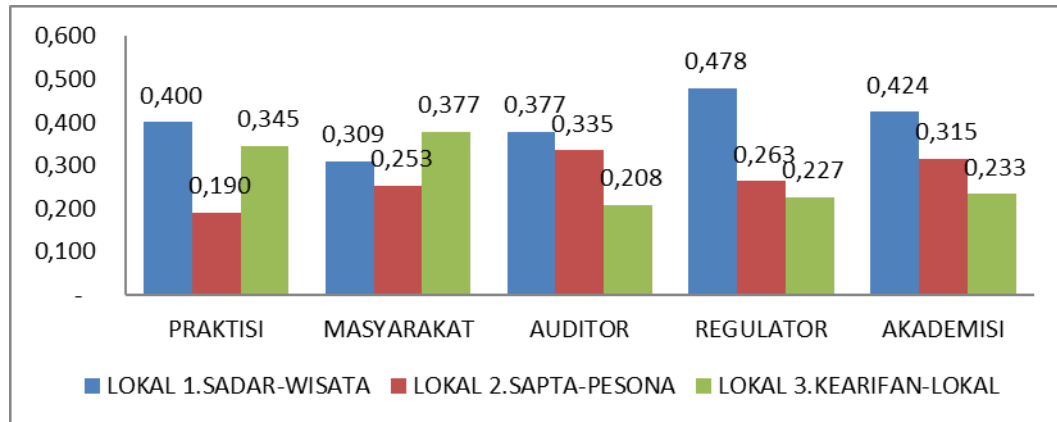
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.151 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek media sebesar 0,36 dan diurutkan terakhir disusul oleh aspek lokal sebesar 0,24.
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek lokal sebesar 0,46, diurutkan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,3 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,22.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,35, aspek lokal sebesar 0,33 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,28.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,32, aspek lokal

sebesar 0,4 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,27.

- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,41, aspek lokal sebesar 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,25.

1. Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal



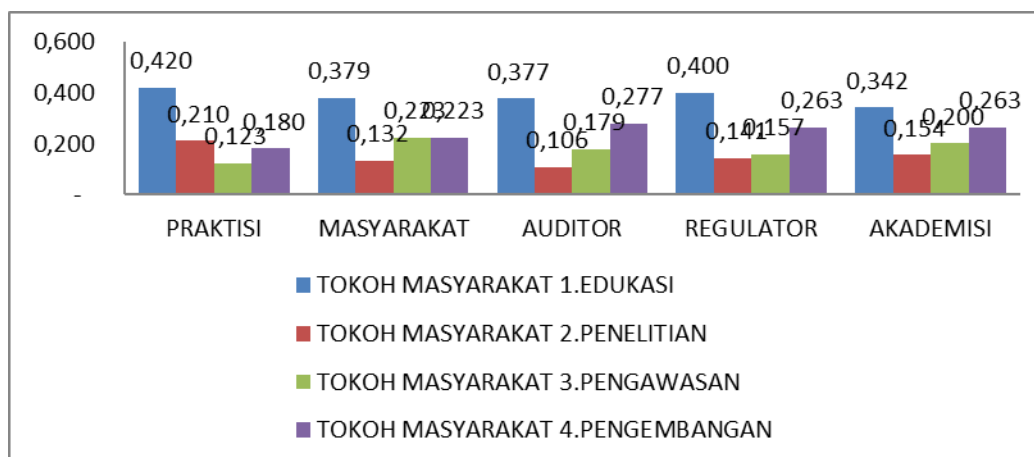
Gambar 4.51
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.152 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,4, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,35 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,19.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,31, diurutan kedua adalah Aspek sadar wisata sebesar 0,38 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,25.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,38, diurutan kedua adalah Aspek sapta pesona 0,34 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,31.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,48, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,28 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,26.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,42, diurutan

kedua adalah Aspek sapta pesona 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0, 23.

m. Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal



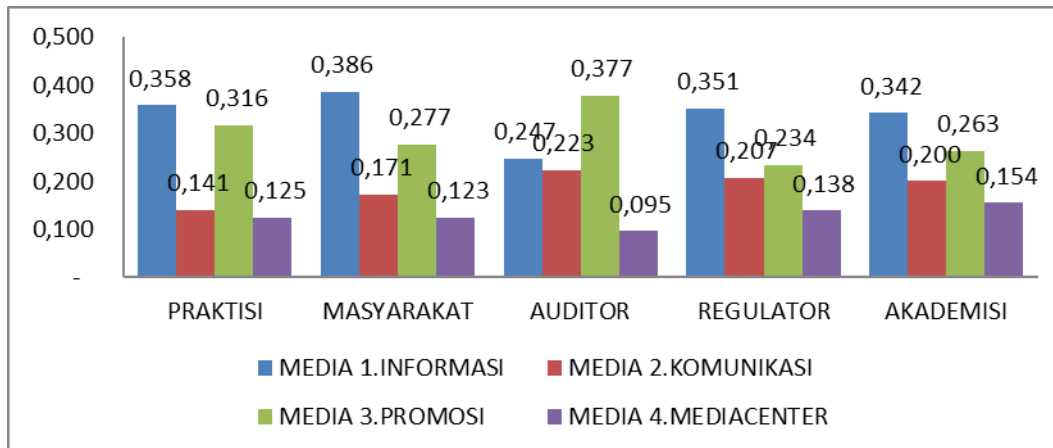
Gambar 4.52
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.153 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,21, diurutan ketiga adalah aspek Model sebesar 0,18 dan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,12.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, diurutan kedua adalah aspek Model dan Aspek pengawasan sebesar 0,22 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,11.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,40, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,14.

- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,34, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,200 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,15.

n. Aspek media dalam Model Wisata Halal



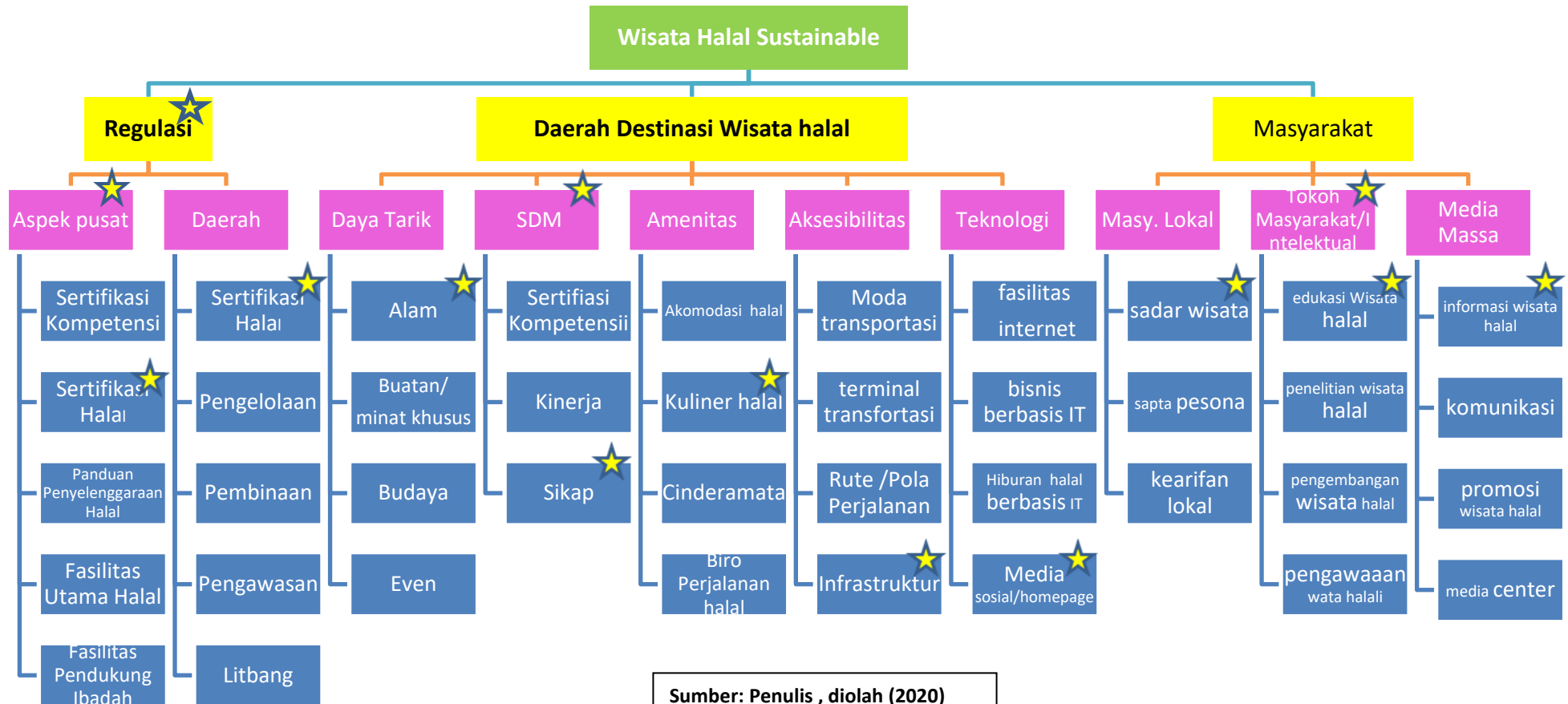
Gambar 4.53
Prioritas Aspek media dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.154 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,36, diurutan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,32, diurutan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,14 dan diurutan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,13.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,386, diurutan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,17 dan diurutan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek promosi sebesar 0,38, diurutan kedua adalah Aspek informasi sebesar 0,25, diurutan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,22 dan diurutan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,1.

- 4) Regulator memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,35, diurutan kedua adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,23 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek komunikasi sebesar 0,21.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,20 dan diurutan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15

MODEL WISATA HALAL *SUSTAINABLE* DI INDONESIA (setelah diuji)



H. Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia

Pariwisata halal adalah cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami. Produk dan jasa wisata, serta tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama seperti wisata umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Seperti menyediakan tempat ibadah yang nyaman, yang kini sudah dilakukan di Thailand dan negara lainnya yang telah menerapkan konsep tersebut terlebih dahulu. Adapun hotel yang pada umumnya memang tidak didesain untuk bersesuaian dengan syariah. Sekarang juga muncul konsep hotel syariah, yaitu hotel yang tidak menyediakan khamr, makanan dan minumannya halal, semua perlengkapan yang disediakan juga halal. Sebagai jenis wisata yang relatif baru wisata halal atau *halal tourism* sangat menarik dan menjanjikan.

Walaupun ada tantangan di Indonesia, karena sebagian orang beranggapan bahwa konsep wisata halal benar-benar murni dijalankan atas niat untuk menegakkan nilai-nilai Islam dan sebuah destinasi wisata sudah ditetapkan sebagai objek wisata halal, maka semua unsur wisata pada tempat tersebut harus dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat kita belum terbiasa dan belum memahami terhadap hal-hal yang berkaitan seperti itu. Biasanya, orang mengatakan bahwa segala sesuatu yang bernuansa syariah hanya berputar pada permasalahan boleh dan tidak boleh serta halal dan haram

Padahal menurut Sapta Nirwandar yang dikutip oleh Jonru¹ mengatakan bahwa wisata halal adalah sebuah *extended service*, atau alternatif pilihan. Konsep wisata halal hanya sebuah pilihan, sama sekali tidak bermaksud memaksa seluruh pelaku bisnis seperti hotel, restoran, dan sebagainya untuk berkonsep syariah atau halal. Jika pelaku bisnis masih ingin bertahan dengan konsep wisata konvensional, justru belum ada aturan hukum di Indonesia yang bisa melarangnya. Sebab Indonesia bukan negara Islam. Aturan hukum yang berlaku masih buatan manusia. Karena itu, wisata halal tidak perlu ditentang, sebab sama sekali tak ada paksaan, tidak ada keharusan. Jika tidak suka atau tidak tertarik tidak perlu diterapkan. Jadi pelaku bisnis tidak diharuskan untuk mengikuti

¹Sapta Nirwandar (2015), Penasihat Kehormatan Menteri Pariwisata: Potensi Wisata Syariah Kita Sangat Besar Wednesday, 1 October 2015, di download dari jonru.com pada bulan April 2016.

konsep ini, namun dari segi bisnis, konsep halal atau syariah ini sangat menjanjikan. . Wisata halal bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-Muslim juga dapat menikmati pelayanan yang beretika syariah. Karena lebih berorientasi pada bisnis, jadi tidaklah mengherankan jika konsep wisata halal justru banyak diterapkan oleh sejumlah negara yang pemerintahannya dikelola oleh pemeluk selain Islam, seperti Tailand, Korea Selatan, Taiwan, dan Jepang. Bahkan Singapore pun mulai serius menerapkan konsep ini, karena mereka sadar bahwa banyaknya wisatawan muslim yang datang ke negara mereka merupakan pendapatan bagi negaranya.

Konsep wisata halal bukanlah dakwah, seperti yang sebahagian orang pikirkan , konsep ini diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah bagi pemeluknya. Karena bagi wisatawan muslim , disaat mereka berwisata mereka bisa mengagungi hasil penciptaan Allah SWT (tafakur alam) dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitasi dengan baik serta menjauhi segala yang dilarang olehNya.

Namun jika sebuah destinasi ditetapkan sebagai daerah wisata halal, maka yang diharapkan adalah makin banyak hotel berkonsep halal, makanan halal di tempat tersebut dan sebagainya . Dengan demikian, para wisatawan muslim yang berkunjung ke sana akan merasa lebih nyaman dan tenteram. Mengingat konsep wisata halal merupakan sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman ke dalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi seperti hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat, restaurant, dan fasilitas pendukung hingga aktifitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman dan atau termasuk meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi.

Wisata halal merupakan pelayanan wisatawan yang dirujuk pada aturan – aturan Islam. World Travel Market di London pada 2007 menyebutkan bahwa potensi wisata halal sangat besar dari sisi ekonomi. Wisata halal tidak hanya berhubungan dengan produk halal saja namun juga layanan yang berhubungan dengan interaksi antara wisatawan laki – laki dengan perempuan.

Menurut ketua tim Quick Win 5 Destinasi Super-Prioritas, Irfan Wahid pada senin, 2 September 2019 ²mengatakan wisata halal adalah Muslim Friendly Tourism, yaitu ketika wisatawan muslim mudah untuk mendapatkan makanan yang halal, mudah mendapatkan tempat shalat dan lainnya. Artinya kedatangan wisatawan muslim tidak akan mengubah DNA dari destinasi wisata yang sudah ada sebelumnya. Wisata halal bukan mengubah kawasan menjadi syariat Islam, melainkan melengkapi fasilitas dan pelayanan yang ramah bagi wisatawan muslim³.

Global Muslim Travel Index (GMTI), menunjukkan bahwa negara – negara non muslim yang menerapkan konsep wisata halal seperti Singapura, Thailand, Inggris, Jepang, Taiwan dan lainnya berhasil menarik banyak wisatawan muslim dari seluruh dunia Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip menyatakan hal ini merupakan hasil dari upaya negara non muslim dengan terus menerus menyesuaikan layanan mereka guna menarik serta memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim⁴.

Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan sejumlah negara non muslim atau non Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) turut mengejar pasar wisatawan muslim dunia, bahkan harus diakui mereka lebih unggul menyajikan wisata halal ketimbang negara muslim atau anggota OKI sendiri⁵.

Model wisata halal *sustainable*

Dalam model ini ditemukan 3 (tiga) aspek penting yakni Regulasi ,Destinasi wisata halal dan Masyarakat. Namun regulasi menjadi aspek yang paling prioritas diantara ketiganya , yakni kebijakan atau peraturan wisata halal atau yang berkaitan lainnya yang belum dimiliki oleh pemerintah dan harus segera diterbitkan mengingat kebutuhan yang cukup tinggi dari seluruh stakeholders dan juga daerah.Selanjutnya dapat diuraikan di bawah ini:

² Tim Quick Win 5 Destinasi Super-Prioritas, Irfan Wahid 2019

³ Andhika Prasetya, Irfan:Wahid Ada Salah Istilah Soal Wisata Halal Danau Toba, news.detik.com, pada /09/03 05:07:30

⁴ Muhammad Irzal Adiakurnia, Malaysia Urutan Pertama Wisata Halal Dunia, di mana Posisi Indonesia ?, travel.kompas.com, pada 12 april 2018, 06:35 WIB

⁵ Johannes Randy Prakoso, RI Nomor 1 Wisata Halal, Tapi Traveler Muslim Lebih Suka Ke Negara lain, travel.detik.com, pada Selasa 9 April 2019, 15:40 WIB

1. Regulasi

Tidak dapat dipungkiri kebijakan apapun yang ingin diterapkan ke masyarakat umum, haruslah dibarengi dengan regulasi, agar setiap pelaksanaan dapat berjalan dengan baik, lancar dan juga didukung semua pihak, karena jelas aturan mainnya, dan tentunya ada unsur sanksi jika dilanggar, termasuk pembinaan, pengawasan dan bagaimana pengelolannya. Demikian juga dengan penerapan wisata halal di Indonesia, pemerintah sampai saat ini belum juga menerbitkan regulasi dalam penerapan wisata halal, itulah sebabnya banyak daerah-daerah yang belum terlalu gencar atau serius dalam menerapkan wisata halal padahal sudah ditetapkan pemerintah, mengingat aturan pelaksanaannya yang belum jelas. Belum lagi ada beberapa yang ditolak bahkan menjadi polemik di daerah seperti di Bali, NTT, Manado dan juga di Sumatera Utara. Pemerintah daerah menjadi serba salah, mereka tertarik tetapi masyarakat karena ketidakfahamannya menolak wisata halal. Itulah sebabnya regulasi menjadi kunci utama agar penerapan wisata halal di Indonesia dapat berjalan secara sustainable.

Sementara di daerah lain seperti NTB, pemerintah daerahnya telah membuat regulasi sendiri yakni peraturan daerah tentang wisata halal sendiri sejak tahun 2015. sesuai dengan yang dikatakan Penelitian Terdahulu A. Muchaddam Fahham⁶ salah satu upaya Pemda NTB dalam mengembangkan wisata halal adalah membuat peraturan daerah tentang Pariwisata Halal sebagai payung hukum bagi Pemda NTB, pelaku usaha, dan masyarakat. Perda ini mengatur industri wisata halal yang meliputi akomodasi, biro perjalanan, restoran, dan solus per aqua (SPA).

dan terbukti hingga kini NTB adalah satu-satunya daerah yang menjadi primadona tujuan wisata halal di Indonesia bahkan dunia. Jadi adanya regulasi akan membuat penyelenggaraan apapun bisa memberikan hasil yang menjanjikan. Selain NTB, Aceh juga telah memiliki banyak peminat di Indonesia. Dari Lembaga riset dan sertifikasi halal, CrescenRating merilis 10 destinasi wisata halal favorit di Indonesia selama kuartal I/2019 ini. Daftar

⁶ A. Muchaddam Fahham (2017), Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara

destinasi favorit ini tercatat dalam Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019. Kesepuluh destinasi unggulan berdasarkan IMTI 2019 yakni Lombok di Nusa Tenggara Barat (skor 70), Aceh, Jakarta, Sumatera Barat, Yogyakarta, Jawa Barat, Kepulauan Riau, Malang Raya di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Makassar di Sulawesi Selatan⁷.

2. Regulasi Pusat

Penelitian ini membuktikan bahwa walaupun pemerintah daerah telah memiliki peraturan daerah tentang wisata halal, namun peraturan atau regulasi tentang wisata halal tetap paling penting. Regulasi atau kebijakan dari pemerintah pusat tentang wisata halal sangat dinantikan oleh para penggiat wisata halal, agar ada kejelasan yang tegas tentang hal-hal yang menyangkut wisata halal.. Walaupun MUI memiliki peraturan tentang panduan wisata halal, tetapi tidak lah cukup. Terlihat dari berbagai hambatan yang terjadi dalam pelaksanaannya, salah satunya minimnya kesadaran pelaku wisata terhadap sertifikasi halal dan sertifikasi kompetensi, perizinan, retribusi dan banyak aturan lainnya yang perlu sokongan pemerintah pusat agar para stakeholders mengerti, memahami dan mau melaksanakan dengan procedural.

Daerah-daerah di Indonesia yang memiliki keberagaman tidak dapat dipisah-pisah harus memiliki regulasi yang terpusat. Sehingga peraturan-peraturan yang mengikat seperti pajak, biaya-biaya yang timbul , termasuk para pihak yang ingin berinvestasi dapat memiliki gambaran yang jelas dan terjamin keamanannya. Demikian juga dengan anggaran, sebaiknya daerah diberikan bantuan ataupun dana dalam mengembangkan dan memelihara objek wisata, termasuk fasilitas wisata halal dan infrastruktur dan peraturan lainnya. Termasuk biaya retribusi dan lainnya, harus terjangkau dan memiliki peraturan yang jelas.

Pemerintah Indonesia harus memperbaiki diri agar lebih banyak menarik wisatawan yang datang. MUI sendiri telah mendorong pemerintah segera membentuk berbagai regulasi/ketentuan perundang-undangan di bidang hotel syariah, traveling syariah, dan entertainment syariah⁸ . Karena hingga saat ini pemerintah belum memiliki Perda wisata halal, tentu saja hal ini sangat disayangkan, sebab Indonesia

⁷ Chief Executice Officer Crescen Rating, Fazal Bahardeeen, dalam bisnisTempo .co (2019)

⁸ *VIVA.co.id* dari hasil Ijtima Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia V Tahun 2015, Kamis 30 Juli 2015

memiliki segalanya untuk pengembangan wisata halal ini, namun aturannya tidak ada. Konsistensi dan konsekweni pemerintah terhadap wisata halal perlu dievaluasi lagi. Selain itu penerapan wisata halal, sudah selangkah lagi mendapat dukungan yang luas dari berbagai pihak, baik oleh pemerintah maupun swasta baik dunia usaha, akademisi Investor, maupun masyarakat sendiri.

Menurut MUI, penerbitan aturan ini diperlukan agar perkembangan wisata di Tanah Air tetap menjaga nilai-nilai dan ajaran agama. Agar pariwisata halal di Indonesia berkembang dengan cepat dan bisa bersaing dengan negara lain. peraturan – peraturan dan juga anggaran sebaiknya diberikan ke daerah untuk mengembangkan dan memelihara objek wisata, termasuk fasilitas wisata halal, infrastruktur dan peraturan lainnya. **Kata** halal pada **wisata halal** lebih ke masalah **fasilitas dan pelayanannya** bukan untuk mengubah atau membatasi budaya sebagai daya tarik wisata. Karena regulasi sangat dibutuhkan untuk memperjelas penerapan konsep wisata halal.

Jadi Regulasi dari pemerintah pusat sebagai pedoman penerapan konsep wisata halal sangat diharapkan. Kebijakan yang menyangkut wisata halal akan menjelaskan kesalahpahaman beberapa daerah tertentu yang menganggap bahwa daerah harus di islamkan ketika menerapkan wisata halal. Pelaku industri merupakan salah satunya yang membutuhkan kepastian pemerintah pusat dalam proses legalisasi produk halal di Indonesia yang akan diatur melalui Peraturan Pemerintah tentang Jaminan Produk Halal. Tidak hanya produk halal, industri perhotelan juga membutuhkan PP JPH ini⁹. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN) Bambang Brodjonegoro, **pemerintah perlu mendorong sertifikasi halal, meningkatkan kompetensi SDM, memastikan infrastruktur, dukungan teknologi informasi dan regulasi** yang bertaraf internasional, membangun platform, memperkuat integrasi paket wisata, meningkatkan kesadaran dan kecintaan terhadap produk halal, melindungi hak cipta dan menginisiasi inovasi produk berorientasi ekspor agar mendapat pengakuan internasional terhadap konten lokal keislaman Indonesia¹⁰. Hal ini

⁹ Dedy Darmawan Nasution, Industri Wisata Halal Butuh PP JPH, republika.co.id, pada senin 8 April 2019, 17:58 WIB

¹⁰ Ahmad Ghifari, Pertahankan Posisi Sebagai Destinasi Wisata Halal, Berikut Strategi Pemerintah, keuangan.kontan.co.id, pada Jumat 26 April 2019, 17:22 WIB

membuktikan bahwa kebutuhan akan regulasi sangatlah didahulukan, karena setiap aspek sangat bergantung pada kebijakan yang ditentukan.

Salah satu regulasi yang perlu menjadi fokus pemerintah adalah sertifikasi halal. Bagi masyarakat Indonesia mungkin kehalalan suatu produk tidak perlu dibuktikan dengan sertifikasi, tetapi beda kalau wisatawan yang datang dari mancanegara.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Khusnul Khotimah, yang menyatakan bahwa peran pemerintah di Indonesia disamping berfungsi utama sebagai regulator dalam menentukan norma, standar, prosedur dan kriteria pengembangan kepariwisataan, juga masih terlibat secara langsung dalam manajemen pengembangan kepariwisataan. Selain itu pemerintah juga sebagai fasilitator dalam program promosi dan pemasaran kepariwisataan nasional serta pengembangan Destinasi Pariwisata pada tingkat Nasional (DPN), Kawasan Strategis Pariwisata tingkat Nasional (KSPN) maupun Kawasan Khusus Pariwisata Nasional (KPPN).¹¹

Penelitian ini sejalan dengan Farahani dan Henderson (2010) yang menemukan bahwa hubungan islam dan pariwisata terlibat dalam kebijakan pariwisata, manajemen dan pemasaran.

3. Sertifikasi Halal (Regulasi Pusat dan Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Sustainable

Meskipun Indonesia merupakan negara dengan mayoritas pemeluk Islam, upaya untuk menarik kunjungan wisatawan muslim ini memang bukan perkara mudah. Berbeda dengan negara tetangga misalnya Malaysia dan Singapura yang sudah menyiapkan infrastruktur ramah muslim, dalam hal ini adalah pemenuhan sertifikasi halal, Indonesia terbukti masih kesulitan. Sehingga sertifikasi Halal adalah salah satu regulasi yang paling penting dan serius untuk diperhatikan dan dibenahi, baik yang diprioritaskan pada regulasi daerah maupun regulasi pusat. Masyarakat atau pelaku bisnis yang selama ini masih kurang peduli, sepertinya harus segera berbenahi diri. Dengan melakukan sertifikasi halal untuk produknya

¹¹ Khotimah, Khusnul., Wilopo, Hakim, Luchman. 2017. Strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya (studi kasus pada kawasan situs trowulan sebagai pariwisata budaya unggulan di kabupaten Mojokerto). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol. 41 No. 1, hal. 56 - 65

dan jasa layannya . Mengingat masih rendahnya para pelaku bisnis yang melakukan sertifikasi halal ini. Belum lagi masih sedikit yang menyediakan informasi produk halal, sedangkan bagi wisatawan syariah label halal merupakan salah satu komponen yang sangat penting. Dengan lengkapnya label atau sertifikasi halal wisatawan akan lebih nyaman dan yakin berwisata ke Indonesia

Keberhasil dalam kesinambungan wisata halal akan sangat ditentukan bagaimana sertifikasi halal ini berhasil menjadi prioritas utama para pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya. Untuk itu sebaiknya pemerintah segera mengeluarkan regulasi atau kebijakan yang tegas tentang pemberlakuan sertifikasi halal yang lebih serius.

Arief Yahya mengatakan sertifikasi adalah investasi yang harus dilalui, semakin disertifikasi semakin bagus bisnisnya. Sertifikasi halal baik untuk restoran maupun hotel akan memberikan rasa aman pada wisatawan muslim yang datang. Sertifikasi merupakan garansi, tanpa ada sertifikasi maka tidak ada jaminan bagi wisatawan¹². Sertifikasi halal tidak hanya berguna bagi wisatawan muslim saja, tetapi juga non muslim. Menurut Ganjar Pranowo Gubernur Jawa Tengah, bagi warha nonmuslim produk halal dapat memberikan jaminan keehatan bagi mereka, karena adanya jaminan semua proses dilakukan secara bersih, sehat, aman dan benar. Sebagai contoh ayam goreng yang sudah bersertifikat halal tidak mungkin melalui proses yang tidak higienis ataupun ayam tiren, dengan begitu baik muslim maupun non muslim mendapatkan manfaat dan terjaga kesehatannya.¹³ Tidak hanya Indonesia, terdapat 42 badan sertifikasi halal yang diakui MUI dari 23 negara di dunia yaitu Majelis Ugama Islam Singapore, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Office Muslim Affair (OMA) Filipina, The Central Islamic Comittee of Thailand (CICOT), Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA), Jamiat Ulama E-Maharashtra (JUM) India, Muslim Professional Japan Association (MPJA), The Islamic Coordinating Council of Victoria (ICCV) Australia, Halal Quality Control di Belanda, Halal Food Authority (HFA) Inggris, Halal Food Council USA (HFC

¹² Viva, Pentingnya Label Halal Untuk Dunia Pariwisata Indonesia, viva.co.id. pada rabu 26 Juni 2019, 17:55 WIB

¹³ Moch Umar Dani, Sertifikasi Halal Pening Juga Untuk non-muslim, gatra.com, pada 22 may 2019, 23:56 WIB

USA) Amerika Serikat¹⁴. Mengingat pentingnya sertifikasi halal sebagai dasar pemilihan destinasi wisata oleh wisatawan. Negara – negara lain serius untuk menarik wisatawan muslim dunia dengan memperhatikan masalah sertifikasi ini .

Hal ini sejalan dengan penelitian KN. Sofyan Hasan (2014), yang menemukan bahwa regulasi yang ada masih terkesan sektoral, parsial dan inkonsistensi serta tidak sistemik dan sertifikasi halal ini bukan merupakan suatu kewajiban (mandatory) bagi pelaku usaha, tetapi bersifat sukarela (voluntary). Akibatnya sertifikasi halal dan label halal belum mempunyai legitimasi hukum yang kuat, sehingga tidak menciptakan jaminan kepastian hukum kehalalan produk pangan.

4. SDM (Destinasi dalam Model Wisata Halal Sustainable)

Aspek SDM menjadi paling penting dalam kegiatan pariwisata, karena tanpa SDM yang handal kegiatan pariwisata sulit untuk terlaksana. Dalam hal ini tentu SDM bidang wisata halal , menguasai tentang syariat Islam dan berkaitan dengan wisata halal dan lainnya, serta kompeten sehingga memberikan kinerja terbaik perusahaan dan tentu saja sertifikasi kompetensi menjadi alternative pilihan yang harus dilakukan , apalagi penerapan sertifikasi kompetensi sudah menjadi kewajiban di bidang ini khususnya pelaku bisnis, dan tidak terlepas pada stakeholders lainnya. Ini berarti aspek SDM menjadi prioritas aspek yang harus dibenahi bagi semua stakeholders di bidang ini. Asisten Deputi Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata RI, Wisnu Bawa Tarunajaya mengatakan, Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengembangkan wisata halal di Indonesia saat ini masih belum memiliki standar. Karena itu, perlu meningkatkan sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha Jasa perjalanan wisata halal. Beberapa daerah di Indonesia sendiri, mengutamakan sertifikasi kompeten dalam penerimaan tenaga kerja di bidang wisata seperti Bali dan juga beberapa daerah lainnya. Standarisasi kompetensi sangat penting dilakukan, karena dengan adanya pelatihan sertifikasi maka dapat menunjang karir di masa yang akan datang. Sertifikasi ini juga penting bagi SDM yang ingin bekerja secara internasional. Selain sertifikasi kompetensi SDM juga harus memiliki pemahaman

¹⁴ Endro Priherdityo, Jaminan Halal Dari Luar Negeri Sama Dengan Halal Dari MUI?, cnnindonesia.com

yang baik mengenai syariah ataupun wisata halal, baik muslim maupun nonmuslim, SDM yang baik adalah mereka yang memahami kebutuhan wisatawan, seperti SDM dari negara – negara asing yang bukan nonmuslim. Walaupun negara mereka bukan negara muslim SDM dari negara ini tetap mempelajari konsep syariah untuk dapat memahami kebutuhan para wisatawan muslim. Sebagai contoh alasan pelaku bisnis perlu memahami konsep wisata halal adalah untuk mengetahui layanan seperti apa yang tepat diberikan kepada wisatawan. Pelaku bisnis juga dapat mengajari para karyawannya untuk memahami konsep syariah.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Mikkelsen, bahwa partisipasi SDM merupakan alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat.¹⁵ Mari Elka Pangestu juga mengemukakan masalah utama pariwisata di Indonesia yaitu SDM, sarana dan prasarana, komunikasi dan publisitas, kebijakan dan peraturan dan lainnya.¹⁶

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Endah Nurhidayati (2017) yang menemukan bahwa pengembangan pariwisata diwakili dalam pengelolaan seluruh sumber daya sedemikian rupa sehingga kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat terpenuhi dengan tetap menjaga integritas budaya, proses ekologi penting, keanekaragaman hayati dan sistem kehidupan pendukung.

5. Aspek Alam dan Budaya (Daya Tarik Destinasi Wisata)

Daya tarik alam dan budaya selalu menjadi alasan utama wisatawan melakukan kunjungan ke Indonesia. Disinilah dukungan pemerintah untuk mendanai destinasi wisata diperlukan. Dana ini dibutuhkan untuk menjaga, merawat, memelihara dan memperindah alam destinasi wisata. Begitu juga dengan budaya Indonesia yang beraneka ragam dan memiliki keunikan yang berbeda satu sama lain. Tidak dapat dipungkiri , daya tarik alam dan budaya memang menjadi daya tarik utama wisatawan yang datang ke suatu daerah di Indonesia. Indonesia memang terkenal dengan alamnya yang sangat indah, dan

¹⁵ Britha Mikkelsen. 2011. Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan, Yayasan Obor Indonesia

¹⁶ Sri Anindiati Nursastri, “7 masalah utama pariwisata di Indonesia”, diakses dari travel.detik.com, 27 Desember 2016, pukul 15.25.

budayanya yang menarik dan unik. Sehingga daya tarik alam yang selama ini kurang terjaga dan terkesan diabaikan harus menjadi prioritas untuk dijaga, dirawat dan diperindah serta memeliharanya dan harus dilakukan secara kesinambungan, untuk dapat membuat sebuah kegiatan wisata yang tiada henti, Demikian juga budaya adalah salah satu daya tarik wisata yang menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Obyek dari wisata halal tidak harus tempat-tempat atau khazanah budaya Islam, tetapi dapat apa saja yang menarik sepanjang tidak melanggar ketentuan syariah. Pantai, gunung, gua, mainan, bahkan budaya lokal dapat saja menjadi destinasi wisata ini. Indonesia sangat kaya dengan destinasi yang menarik dan telah dikenal secara internasional.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Gunn dan Var menyatakan bahwa destinasi pariwisata merupakan tempat atau lokasi yang selain memiliki daya tarik yang dapat dilihat oleh wisatawan, juga tersedia berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di tempat tersebut sehingga wisatawan terpicu untuk berkunjung.¹⁷ Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka, daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang ke obyek wisata.¹⁸

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Maria Pia Adiati dan Anwar Basalamah yang menemukan bahwa wisatawan yang diminta untuk menggambarkan pengalaman mereka terhadap beberapa indikator seperti keberadaan masyarakat transportasi, atraksi, fasilitas, akses, layanan tambahan, dan pengalaman menunjukkan bahwa Jember berhasil minat wisatawan dengan memanfaatkan daya tarik daerahnya. yaitu Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, Ana Kadarningsih¹⁹ Wisata halal merupakan implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup di dalam aspek mu'amalah sebagai pengejawantahan aspek kehidupan social budaya dan social ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

6. Sikap SDM (Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Sustainable)

¹⁷ Gunn CA, Var T. 2002. *Tourism Planning*. New York. Rouladge

¹⁸ Gamal, Suwanto. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

¹⁹ Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, Ana Kadarningsih (2018), *Desa Wisata Halal : Konsep dan Implementasinya di Indonesia Human Fala* : Volume 5. No.1 Januari – Juni 2018

Sikap SDM dalam menghadapi wisatawan sangat diperhatikan. Sikap masyarakat terhadap wisatawan akan menjadi gerbang utama yang membuka kesempatan bagi wisatawan untuk kembali datang. Karena perubahan sosial budaya adalah segala perubahan pada lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial termasuk didalamnya nilai – nilai, sikap dan pola perilaku agamis. Karena aspek ini menjadi lebih penting. Peningkatan kualitas layanan para petugas wisata di suatu objek destinasi wisata harus dapat segera diperbaiki termasuk para guide yang memiliki wawasan kehalalan yang baik, dan juga yang lainnya harus segera dibenahi. Kompetensi penting namun sikap SDM sangat penting, karena berkaitan dengan kualitas pelayanan wisata halal. Untuk itu baik pelaku bisnis ataupun stakeholders lainnya harus benar-benar menjadi prioritas perubahannya di masa datang, untuk terlaksananya sebuah wisata halal yang sustainable.

Thailand sebagai negara nonmuslim, banyak didatangi oleh wisatawan muslim dari berbagai dunia. Hal ini dikarenakan disamping kompetensi mereka yang sudah tidak diragukan lagi mereka juga memiliki sikap yang sangat ramah dan sopan kepada wisatawan – wisatawan baik domestik maupun asing. Sikap ini akan menunjukkan karakter sebenarnya dari masyarakat suatu destinasi wisata. Latar belakang SDM akan membentuk karakter dan sikapnya di depan umum. Latar belakang seperti agama, keluarga, pendidikan, lingkungan dan lainnya merupakan hal – hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan sikap yang baik. Keramahan, sopan santun, sigap, dapat dipercaya, bertanggung jawab dan suka menolong akan menjadi nilai tambah bagi SDM yang masih kurang dalam kompetensi. Tujuan pembelajaran sendiri adalah untuk membentuk mental yang kuat tetapi tetap lembut serta mengedepankan kesopanan.

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Mikkelsen, bahwa partisipasi SDM merupakan alat guna memperoleh informasi mengenai kondisi, kebutuhan dan sikap masyarakat setempat.²⁰ Mari Elka Pangestu juga mengemukakan masalah

²⁰ Britha Mikkelsen. 2011. Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan, Yayasan Obor Indonesia

utama pariwisata di Indonesia yaitu SDM, sarana dan prasarana, komunikasi dan publisitas, kebijakan dan peraturan dan lainnya.²¹

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Kade Sutawa (2012) yang menemukan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan kunci utama dalam rangka pengembangan kesejahteraan melalui pariwisata.

7. Kuliner, (Amenitas ,Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata Dalam Model Wisata Halal Sustainable)

Bagi umat muslim, Islam adalah merupakan ‘way of life’ dan seluruh nilai yang melekat dalam Islam pun menyentuh seluruh aspek umat muslim, termasuk di dalamnya perilaku konsumsi. Konsumsi umat muslim ini tentu harus berkaitan dengan nilai Islam, diantaranya adalah makanan halal, lingkungan ramah keluarga, akomodasi sesuai syariah, busana muslim, pendidikan, dan keuangan syariah²². Kuliner sudah pasti menjadi hal yang sangat penting ketika sedang berwisata. Terutama para wisatawan muslim yang tidak bisa makan sembarangan tanpa adanya jaminan kehalalan pada produk yang ditawarkan

Kuliner terutama kuliner halal adalah amenities yang paling memberikan dampak tertinggi bagi wisatawan sehingga harus lebih diperhatikan , karena kuliner adalah kebutuhan dasar utama manusia , siapapun orangnya. Dalam menikmati kuliner dari sisi higienis dan unsur halalnya terutama dapat membuat para wisatawan merasa aman , nyaman dan rela berlama-lama berada di suatu daerah wisata, khususnya bagi para wisatawan muslim. Pentingnya makanan halal merupakan hal yang wajib bagi wisata halal, pencantuman label halal akan membant wisatawan untuk mendapatkan makanan dengan mudah dan aman Oleh sebab itu pelaku bisnis harus memiliki kesadaran untuk melaksanakan sertifikasi halal tanpa ditunda, karena menjadi kebutuhan utama wisatawan..

Untuk mendukung pariwisata halal tentu makanan dan minuman halal tidak hanya tersedia di hotel syariah, tetapi wisatawan dengan mudah mendapatkan di berbagai tempat. Jadi seharusnya banyak tersedia restoran halal, bahkan oleh-oleh dan cinderamata seharusnya juga terjamin halal. Jaminan halal ini tentu harus dikeluarkan oleh pihak yang terpercaya dan dipercayai masyarakat

²¹ Sri Anindiati Nursastri, “7 masalah utama pariwisata di Indonesia”, diakses dari travel.detik.com, 27 Desember 2016, pukul 15.25.

²² Thomson Reuters State of the Global Islamic Economy Report 2014/2015

(internasional), misalnya label halal LPPOM MUI.

Makanan halal sendiri adalah makanan yang tidak mengandung darah, jorok, najis maupun mengandung zat haram lainnya. Begitu juga dengan minuman yang halal, yaitu minuman yang tidak mengandung alkohol maupun minuman lainnya yang memabukkan. Selain itu halal juga bukan hanya berasal dari bahan bakunya saja tetapi juga proses pengolahannya. Karena itu makanan dan minuman yang halal sudah pasti aman serta menyehatkan untuk dikonsumsi baik bagi muslim maupun nonmuslim.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh French dalam Sunaryo yang menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.²³ *Amenities* meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (*food and Beverage*), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (*retailing*), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi²⁴. Dan Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah²⁵ tersedianya makanan yang halal, produk yang tidak mengandung babi, minuman yang tidak memabukkan (mengandung alkohol),

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sureerat Chookaew, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, dan Sudarat Nimpaya, (2015) yang menemukan bahwa halal atau wisata syariah di Thailand yang akan fokus pada hotel halal, makanan halal dan spa halal, layanan ketika para wisatawan Muslim bepergian.

8. Infrastruktur, Aksesibilitas Suatu Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata

Masalah infrastruktur menjadi permasalahan yang utama di seluruh daerah destinasi wisata halal. Infrastruktur bisa menjadi salah satu penghambat pengembangan wisata halal. Seperti yang diketahui wisatawan akan sulit

²³ Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media

²⁴ Cooper, DR & Schindler, P.S. 2000. *Business Research Methods*. 7 Edition New York : MacGraw-Hill/Irwin

²⁵ Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah, Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan, *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01 No.02, Mei-November 2018 © Copyright by Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga | e-ISSN: 2654-9778

menjangkau destinasi wisata tanpa adanya infrastruktur akses yang baik. Menurut M Ikhsan pembangunan infrastruktur merupakan persyaratan mutlak sebelum membuat yang lain, dan bahkan lebih penting dibandingkan dengan promosi²⁶. Negara Indonesia adalah negara yang terdiri dari pulau – pulau sehingga perlu infrastruktur dan akses yang mudah untuk berpindah dari satu destinasi ke destinasi lainnya. Kehadiran jalan tol misalnya, memiliki dampak positif bagi pertumbuhan pariwisata sekaligus perekonomian. Karena wisatawan tidak lagi perlu khawatir akan terkena macet saat berlibur. Selain itu daerah lainnya yang berada di sekitar jalan tol juga akan semakin ramai dikunjungi. Selain itu dampak positif pembangunan bisnis hotel dan resor juga dapat dirasakan. Menteri pariwisata Arief Yahya juga setuju dengan adanya pembangunan infrastruktur karena akan sangat mendukung peningkatan sektor pariwisata. Infrastruktur ini juga tidak hanya sebatas jalan to, tetapi juga bandara dan pelabuhan. Dengan semakin lengkapnya fasilitas bandara dan pelabuhan, akses destinasi wisata pun akan semakin terbuka²⁷. Kepala Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah (BPIW) Hada Sucahyono mengatakan, pihaknya akan melanjutkan pembangunan dan penataan sejumlah sarana dan fasilitas penunjang kawasan wisata mencakup semua sektor mulai dari pembangunan perumahan, bandara, jalan tol, penyediaan air bersih hingga sanitasi²⁸. Dan tentu saja untuk destinasi wisata halal, infrastruktur yang diprioritaskan adalah infrastruktur yang ramah muslim.

Akses yang cepat karena infrastruktur yang nyambung, membuat berwisata semakin fresh, semakin sering piknik, buat orang-orang kreatif, akan semakin produktif. Berwisata pun lebih berkualitas, tidak habis energi di perjalanan, tetapi punya stok energi yang dioptimalkan untuk mengeksplorasi atraksi di destinasi. Wisatawan, bisa lebih lama, lebih detail, lebih longgar dalam mengeksplorasi destinasi, baik alam, budaya maupun buatan. Karena akses ke sejumlah destinasi menjadi sangat lancar. Waktu tempuh otomatis menjadi berkurang. Kemudahan ini sekaligus mempertegas pariwisata sebagai leading

²⁶ I Made Asdhiana, Infrastruktur Jadi Syarat Mutlak Kembangkan Pariwisata, amp.kompas.com, pada jumat 30 September 2016, 23:09 WIB

²⁷ Anissa Dea Widiarini, Infrastruktur Berperan Penting Untuk Kemajuan Pariwisata, amp.kompas.com, pada senin 24 Juni 2019, 11:36 WIB

²⁸ Rizka Gusti Anggraini, Pemerintah Genjot Pembangunan Infrastruktur Kawasan Wisata Prioritas, google.com, pada sabtu 16 Februari 2019, 09:22 WIB

sector. Peningkatkan konektivitas industri pariwisata, dapat membuat ekonomi daerah bergerak dengan cepat. Oleh karena itu, ada tugas daerah membangun konektivitas dengan jalan tol agar menjadi satu dengan kawasan wisata, ini akan menggerakkan ekonomi jauh lebih cepat.

Dan dukungan infrastruktur tidak hanya mencakup fisik hingga teknologi diyakini menjadi modal kuat Indonesia untuk menangkap peluang pertumbuhan pasar wisatawan muslim dunia. Ketersediaan produk-produk yang memiliki jaminan halal harus menjadi hal utama seperti sertifikasi halal, sebagai infrastruktur ramah muslim. Selain upaya perbaikan infrastruktur fisik di setiap destinasi wisata, industri perjalanan domestik juga diminta terus melakukan terobosan baru dalam penyediaan infrastruktur teknologi informasi, seperti sinyal dan fasilitas pembayaran.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Buhalis yang meyakini bahwa tujuan wisata memiliki lima unsur penting, yaitu atraksi, akses, fasilitas, kegiatan, dan terkait sisi jasa pariwisata.²⁹ French dalam Sunaryo juga menyebutkan faktor-faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, frekuensi transportasi menuju lokasi wisata dan perangkat lainnya.³⁰

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Pia Adiati dan Anwar Basalamah yang menemukan bahwa wisatawan yang diminta untuk menggambarkan pengalaman mereka terhadap beberapa indikator seperti keberadaan masyarakat transportasi, atraksi, fasilitas, akses, layanan tambahan, dan pengalaman menunjukkan bahwa Jember berhasil minat wisatawan dengan memanfaatkan daya tarik daerahnya. Dan Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah³¹ ketersediaan fasilitas ruang ibadah termasuk tempat wudhu, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat dan pakaian staf yang sopan merupakan syarat yang mampu menciptakan suasana yang ramah

²⁹Buhalis, D, Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-152. DOI: dx.doi.org, 2000.

³⁰ Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media

³¹ Eka Dewi Satriana, Hayyun Durrotul Faridah, Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan, *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01 No.02, Mei-November 2018 © Copyright by Pusat Riset dan Pengembangan Produk Halal Universitas Airlangga | e-ISSN: 2654-9778

muslim.

9. Media Sosial dan Internet,(Teknologi Suatu Destinasi Wisata)

Teknologi sangat memudahkan manusia dalam beraktivitas sehari – harinya. Internet dan media sosial adalah salah satu bentuk teknologi yang paling banyak digunakan oleh manusia. Pada awalnya media massa masih menjadi salah satu andalan sebagai wadah mencari informasi. Hanya saja seiring berjalannya waktu media massa dianggap tidak terlalu efektif dalam menyebarkan berita dengan cepat. Salah satu penghambatnya adalah tingginya jumlah buta huruf di Indonesia. Namun dengan adanya media sosial benar – benar sangat membantu para buta huruf ini. Karena media sosial sering menyampaikan informasi berupa gambar maupun audio visual yang dianggap lebih mudah untuk dimengerti. Bagi wisata halal sendiri, media sosial dan internet ini sangat membantu dalam hal mempromosikan daerah destinasiya kepada seluruh dunia. Beberapa daerah yang awalnya banyak tidak diketahui kini menjadi ramai melalui promosi yang disampaikan dari media sosial. Melalui postingan orang lain, seseorang dapat termotivasi untuk mengunjungi destinasi wisata. Penggunaan teknologi sebagai media pencarian informasi lebih memudahkan dengan adanya media sosial. pesan yang disampaikan melalui media sosial juga berperan penting dalam membentuk kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan. Selain untuk menyampaikan informasi media sosial juga sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi dan emosi seseorang dan juga sebagai media pemasaran. Peran internet lainnya adalah untuk melakukan pemesanan hotel ataupun tiket pesawat. Manusia pada umumnya menyukai hal – hal yang bersifat praktis. Karenanya dengan jaringan internet mereka dapat melakukan apapun dengan mudah. Memesan kamar hotel tidak perlu lagi repot dengan mendatangi satu per satu hotel di destinasi wisata, memesan tiket pesawat tanpa perlu antri lama. Kemudahan lainnya yang diberikan adalah, mudahnya untuk membandingkan harga hotel yang satu dengan hotel lainnya ataupun memilih penerbangan yang paling murah dan sesuai jadwal keberangkatan. Sesampai di destinasi wisata, internet juga akan membantu wisatawan untuk menampilkan destinasi terpopuler di suatu daerah ataupun tempat bersejarah.

Fenomena yang terjadi di sektor pariwisata dunia saat ini, wisatawan

didominasi generasi millennial yang usianya di bawah 35 tahun³². Mereka memanfaatkan teknologi digital saat traveling. "Hampir separuh wisatawan adalah generasi millennial yang punya karakteristik berbeda dengan era sebelumnya," terang Prof Wiendu saat menjadi pembicara kunci dalam International Conference of Critical Tourism Studies Asia Pasific (CTS-AP) di University Club, Universitas Gadjah Mada (UC UGM) Yogyakarta³³.

Traveling sepertinya sudah menjadi DNA para generasi millennial, mereka mengumpulkan uang tidak untuk memiliki aset, namun supaya bisa berkeliling dunia³⁴.Selanjutnya dalam laporan GMTI 2017 disebutkan bahwa, Ada 2 mega trend utama yang diidentifikasi sebagai pendorong *Muslim Friendly Trave*, yakni kategori Generasi milleneal yang tergolong demografis Z, serta teknologi yang akan meningkatkan akses ke informasi wisata³⁵. Laporan ini juga menyebutkan bahwa kelompok pasca millennial ini sangat terhubung satu sama lain dilingkungan sekitar mereka. Karena internet dan lingkungan sosial memainkan peran penting dalam kehidupan sehari – hari mereka. Oleh karena itu Industri wisata muslim harus mengembangkan penawaran mereka untuk memastikan bahwa merek mereka telah diperkenalkan kembali dengan segmen yang baru dan bahwa layanan mereka merupakan layanan yang bersifat *friendly*, asli, terjangkau dan dapat diakses oleh segmen anak muda.³⁶

Koneksi internet telah menghubungkan masyarakat seluruh dunia. Penggunaan media sosial dan layanan mobile telah menjadi pendorong besar permintaan akan makanan halal, keuangan syariah dan layanan jasa terkait gaya hidup Islami. Konsumen muslim menjadi salah satu bagian besar dari revolusi digital. Kaum muslim pengguna telepon seluler mencapai 1,3 miliar jiwa, dan 21 persen diantaranya adalah kaum muslim di Arab Saudi dan Indonesia, yang juga merupakan pengguna media sosial tertinggi di dunia.³⁷

³² Prof Wiendu Nuryanti Guru Besar Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata UGM,

³³ Danar Widiyanto, 50 Persen Wisatawan Dunia, Generasi Millennial, asitajogja.org, pada tanggal 04 Maret 2018, pukul 18:10

³⁴ Danar Widiyanto, 50 Persen Wisatawan Dunia, Generasi Millennial, asitajogja.org, pada tanggal 04 Maret 2018, pukul 18:10

³⁵ Abdul Halim, 2017 Abdul Halim, 2017

³⁶ GMTI – 2017 – Report.pdf

³⁷ Thomson Reuters State of the Global Islamic Economy Report 2014/2015

Dalam Laporan *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* pada tahun 2018 dinyatakan bahwa Internet dan media sosial menyediakan platform komunikasi yang signifikan untuk memperkenalkan, positioning dan *brand marketing*, produk, dan layanan pariwisata Islami kepada khalayak yang lebih luas.³⁸ Salah satu temuan kunci yang dihasilkan dari sebuah studi COMCEC (2016b) dengan 1.120 responden yang mewakili Afrika, Asia, Eropa, dan Amerika Utara untuk strategi pemasaran yang tepat saat ini adalah Penelitian Pra Wisata. Dalam studi tersebut disimpulkan bahwa terdapat beberapa tujuan wisatawan untuk melakukan perjalanan diantaranya 84% memilih melakukan wisata untuk memenuhi kebutuhan agama mereka, 72% disebutkan mendapatkan informasi melalui situs website, 63% dari keluarga dan teman, media sosial sejumlah 47%, blog sebanyak 41%, agen perjalanan sejumlah 22% dan 12 % berasal dari iklan.³⁹

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi internet serta platform media sosial yang kini menjadi kebutuhan dasar masyarakat dunia turut serta dalam perkembangan wisata halal dan menjadi strategi *marketing* serta promosi yang tepat untuk memperkenalkan wisata halal dunia. Pesatnya perkembangan kunjungan wisatawan muslim di dunia disebabkan salah satunya, banyaknya publikasi dan promosi pariwisata halal melalui internet menjadi faktor penarik wisatawan muslim untuk berwisata muslim yang tersebar di negara-negara Arab dan Timur Tengah.

Buhalis menyampaikan bahwa suatu keunikan produk perlu ditingkatkan dan dikomunikasikan sehingga dapat bersaing secara *worldwide*. Hal tersebut tentu akan membutuhkan internet dan media sosial sebagai media promosinya. Menurut Subarkah wisatawan millennial adalah penduduk asli digital dan sering berbagi pengalaman dan pendapat mereka secara terbuka di internet, khususnya media sosial. Subarkah memiliki akses yang lebih besar terhadap pendidikan dan informasi, wisatawan millennial sering menempatkan lebih banyak waktu dan

³⁸ Organization of Islamic Cooperation Statistical, Economic And Social Research And Training Centre For Islamic Countries (Sesric). *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* (2018)

³⁹ Organization of Islamic Cooperation Statistical, Economic And Social Research And Training Centre For Islamic Countries (Sesric). *Strategic Roadmap For Development Of Islamic Tourism In Oic Member Countries* (2018)

usaha untuk melakukan penelitian komprehensif sebelum membuat jadwal perjalanan.

. King dalam Jaka Susanta yang menyatakan bahwa wisatawan masa kini telah sangat berpengalaman dan mandiri, terdidik secara baik dan mampu melakukan pencarian informasi yang diinginkan atas sebuah destinasi. Hal ini menunjukkan media seperti internet ataupun media massa menjadi jembatan untuk memudahkan wisatawan mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata.

Search Engine dan situs perjalanan online adalah elemen penting dari perencanaan wisata online. Teknologi baru di bidang komunikasi mempengaruhi industri pariwisata. Oleh karena itu, penting bagi pemasar untuk memahami perubahan ini karena pentingnya internet yang digunakan setiap hari di bidang pariwisata.⁴⁰ Untuk dapat mengakses sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan generasi milenial, pemerintah dan manajemen perusahaan telah berupaya menyediakan teknologi yang dapat memfasilitasi masyarakat khususnya generasi milenial untuk penggunaan teknologi digital.

Dengan kemajuan teknologi terkini para wisatawan tidak lagi mempergunakan cara-cara konvensional dalam merencanakan perjalanan wisatanya. Mereka kini dengan mudah mencari lokasi dan objek wisata ke seluruh dunia dengan amat mudah dan singkat serta berbiaya minim. Internet membantu para wisatawan mencapai destinasi favorit pilihan wisatanya. Kemajuan teknologi digital dengan munculnya banyak aplikasi yang memudahkan manusia, membawa pengaruh bagi sektor pariwisata. Saat ini kecenderungan berwisata tidak lagi dilakukan secara konvensional dalam jumlah besar (rombongan), tapi bergeser dilakukan sendiri memanfaatkan teknologi digital (gadget/aplikasi).

Segmen konsumen industri perjalanan Indonesia didominasi oleh populasi relatif muda yang berada di kisaran usia 25-49 tahun. Bagi populasi usia produktif yang sudah melek internet, sinyal telepon dan jaringan internet menjadi bagian penting dalam perencanaan maupun proses liburan. Laporan Criterio yang berjudul *The New Asia Pasific Digital Traveller 2017* menyebutkan penggunaan telepon pintar di kawasan Asia Pasifik terus menunjukkan peningkatan ketika

⁴⁰ Mevlüt AKYOL & Özgür KILINÇ (2014). Internet and Halal Tourism Marketing. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Summer 2014, p. 171-186, ANKARA-TURKEY

masyarakat merencanakan liburan.

Menurut Nuryanti, wisatawan millennial ini tidak lagi memanfaatkan iklan-iklan wisata konvensional dalam menentukan destinasi, melainkan memanfaatkan trip advisor dari gadget. Selain itu mereka lebih suka mengunjungi objek wisata terpencil yang bisa langsung berinteraksi dengan warga asli⁴¹. Sehingga Pemerintah Indonesia harus lebih meningkatkan pemanfaatan media social dan internet sebagai alat komunikasi dengan masyarakatnya, baik untuk edukasi, informasi dan berdiskusi termasuk dalam mempromosikan wisata halal. Masyarakat Indonesia memilih memesan tiket pesawat dan hotel melalui aplikasi di telepon pintar mereka, sedangkan sisanya melalui browser. Kanal digital menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat Indonesia yang ingin berlibur karena sifatnya yang sederhana dan praktis. Semakin mudah orang pergi, semakin tinggi jumlah orang yang berlibur. .

Demikian juga fasilitas yang perlu dibangun dengan berbasis teknologi di daerah destinasi wisata halal yang terkenal minim dibanding Negara lain yang sudah sangat maju dalam pemanfaatan teknologi, sehingga mampu menarik minat para wisatawan milenial yang semakin tinggi. Media Sosial dan internet juga dapat dimanfaatkan sebagai media informasi , komunikasi dan promosi bagi pemerintah dan stakeholders lainnya.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Fodness dan Murray yang menyatakan bahwa umumnya para wisatawan mengurangi ketidakpastian dari perjalanan mereka dan meningkatkan kualitas perjalanan mereka dengan pencarian informasi sebelum meninggalkan rumah mereka.⁴² Tidak hanya itu media massa bukan sebagai sarana informasi yang menyampaikan berita secara aktual dan faktual tetapi lebih dari itu mereka mencoba membangun suatu nilai dalam pikiran dan benak seseorang. Dan Kurniawan Gilang Widagdyo⁴³ Pendekatan strategi promosi perlu ditingkatkan dengan menggunakan media promosi seperti iklan media Elektronik dan media cetak di negara Arab. Tourism Representative Office (VITO) perlu diaktifkan sebagai pemberi informasi

⁴¹ Prof Wiendu Nuryanti Guru Besar Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata UGM,

⁴² Fodness, D. & Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, 3: 503-523.

⁴³ Kurniawan Gilang Widagdyo (2015), Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia *The Journal of Tauhidinomics Vol. 1 No. 1* (2015): 73-80

mengenai produk-produk yang diminati oleh wisatawan Timur tengah seperti produk Belanja, Art & Heritage, Spa dll , serta informasi lain khususnya.

10. Tokoh Masyarakat (Masyarakat Dalam Model Wisata Halal Suistanable)

CNN (2018) mengutarakan tokoh masyarakat sudah selayaknya membawa perubahan ke arah yang lebih baik karena peran tokoh masyarakat dapat menginspirasi masyarakat lainnya⁴⁴. Keberadaan tokoh masyarakat masih memegang peranan yang sangat penting saat ini, oleh sebab itu mereka harus lebih banyak diikutsertakan dalam kegiatan wisata, terutama wisata halal . Karena para tokoh masyarakat ini dianggap mampu menjadi salah satu pihak yang bisa memberikan kesadaran dan kepedulian kepada masyarakat tentang wisata halal , serta edukasi tentang wisata halal, dan melibatkan para tokoh masyarakat akan mempermudah pemerintah dalam mengajak masyarakat untuk berpartisipasi terhadap kepeduliannya dengan wisata halal.

Tokoh masyarakat sebagai panutan masyarakat di suatu daerah memegang peranan penting dalam pengembangan wisata halal. Tokoh masyarakat diharapkan memiliki pemahaman yang baik mengenai wisata halal, karena SDM sangat berharap lebih dari para tokoh ini. Tokoh masyarakat dapat mempengaruhi dan memberi kesadaran kepada SDM akan perlunya wisata halal diterapkan, melihat pentingnya keamanan dan kenyamanan wisatawan saat sedang berwisata. Tokoh masyarakat juga dapat menjadi edukator yang baik karena dipercaya oleh SDM. Sebagai edukator, tokoh masyarakat dapat memberikan pemahaman baru pada SDM menyangkut wisata halal.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Surbakti yang menyatakan tokoh masyarakat ialah seseorang yang disegani dan dihormati secara luas oleh masyarakat dan dapat menjadi faktor yang menyatukan suatu bangsa – negara.⁴⁵ Miriam Budiardjo menyatakan tokoh masyarakat mempunyai peranan yang besar dalam suatu kelompok masyarakat dan memiliki kekuasaan yaitu kemampuan mempengaruhi orang atau kelompok lain sesuai dengan keinginan dirinya.⁴⁶

⁴⁴ CNN Indonesia, Peran Penting Tokoh Masyarakat dalam Perkembangan Sanitasi, 2018,

⁴⁵ Surbakti. 1992. Memahami ilmu politik, PT. Grasindo, Jakarta

⁴⁶ Miriam Budiardjo. 1972. Dasar-Dasar ilmu politik, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hamira Zamani-Farahani, Joan C. Henderson (2010) yang menemukan bahwa Aspek hubungan antara Islam dan pariwisata di Iran dan Arab Saudi diselidiki secara keseluruhan dan isu-isu pariwisata kebijakan, manajemen dan pemasaran dan keterlibatan masyarakat dalam konteks dari dua kasus yang dibahas.

11. Sadar Wisata (Masyarakat Lokal Dalam Model Wisata Halal Sustainable)

Masyarakat sebagai pendukung pariwisata juga perlu dipersiapkan agar sadar terhadap potensi wisata halal ini. “Sadar Wisata”, istilah yang sering kita dengar dimaksud sebagai partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di suatu wilayah dan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dalam konteks pengertian tersebut, maka sadar wisata dijabarkan antara lain dengan menumbuhkan kesadaran masyarakat agar siap untuk berperan sebagai tuan rumah (Host) yang baik dan memahami, mampu serta bersedia untuk mewujudkan unsur-unsur: Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan, atau yang di kenal dengan SAPTA PESONA di lingkungannya masing-masing. Masyarakat sadar wisata adalah sikap mental atau moral yang membuat nyaman wisatawan, seperti ramah dan menghindari untuk tidak menerapkan “aji mumpung”.

Masyarakat lokal perlu dimotivasi agar sadar wisata. Sebagai pendukung dalam wisata halal, kesadaran masyarakat pada potensi daerahnya dapat mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya pariwisata di suatu destinasi. Sadar wisata berperan untuk menumbuhkan keinginan dan kemampuan bagi masyarakat untuk mengenali dan mencintai tanah airnya sebagai wisatawan. Perwujudan sadar wisata ini akan menciptakan akses bagi usaha skala kecil dan menengah dan juga mendorong tumbuhnya ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan produk lokal. Intinya dengan adanya sadar wisata masyarakat jadi ramah terhadap wisatawan muslim yang datang dan membuat wisatawan betah berada di destinasi wisata. Sebagai masyarakat sebisa mungkin mampu membuat para wisatawan terbantuan , baik dalam memenuhi

kebutuhan ibadah, seperti perlengkapan sholat, cenderamata, dan fasilitas lainnya, termasuk dari sisi keamanan si wisatawan.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Nur Rika Puspita Sari yang menyatakan bahwa kelompok sadar wisata sangat berperan dalam membangun bidang pariwisata dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat di bidang pariwisata⁴⁷. Selain Sadar wisata ada juga program SAPTA PESONA Sapta Pesona merupakan jabaran konsep Sadara Wisata, yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong dan tumbuh berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan unsur : Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Kade Sutawa (2012) yang menemukan bahwa Pemberdayaan masyarakat juga merupakan persyaratan untuk mengembangkan pariwisata sustainable. Pemberdayaan dilakukan langkah demi langkah dengan persepsi yang tepat dan interpretasi dalam rangka untuk menghindari pemberdayaan yang salah yang tidak mendukung pelaku pemberdayaan sustainable untuk mencegah kerusakan pada lingkungan sosial budaya dan oleh partisipasi dari semua pemangku kepentingan.

12. Edukasi, Tokoh Masyarakat Dalam Model Wisata Halal Sustainable

Belum siapnya masyarakat Indonesia dalam menyikapi kehadiran wisata halal, karena sebagian orang beranggapan bahwa konsep wisata halal benar-benar murni dijalankan atas niat untuk menegakkan nilai-nilai Islam dan sebuah destinasi wisata sudah ditetapkan sebagai objek wisata halal, maka semua unsur wisata pada tempat tersebut harus dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat kita belum terbiasa dan belum memahami terhadap hal-hal yang berkaitan seperti itu. Biasanya, orang mengatakan bahwa segala sesuatu yang bernuansa syariah hanya berkutat pada permasalahan boleh dan tidak boleh serta halal dan haram

Sehingga sangat tepat jika edukasi memiliki peranan yang sangat penting yang disampaikan oleh para tokoh masyarakat dalam memberikan pengetahuan

⁴⁷ Sari, Nur Rika Puspita. 2012. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo Di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul. Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

tentang wisata halal, mengingat edukasi dapat memberikan pengetahuan, tata cara perbuatan dan hal-hal yang harus diketahui, dipahami dan dilakukan masyarakat yang menyangkut kegiatan kepariwisataan terutama wisata halal. Sehingga masyarakat dapat menjadi duta-duta wisata yang terdidik untuk memajukan wisata halal sustainable di masa depan.

Dalam hal ini peran pemerintah sangat jelas yakni melakukan sosialisasi, promosi, edukasi dan lain sebagainya bersama masyarakat, pelaku bisnis dan juga MUI untuk mewujudkan wisata halal yang sustainable. Sari menyampaikan bahwa sistem edukasi masyarakat akan memberikan ruang yang lebar kepada masyarakat untuk menyampaikan pendapat untuk menghadapi kendala – kendala yang ada.

Edukasi memiliki peranan yang tidak kalah penting. Mengingat rendahnya pemahaman wisata halal oleh masyarakat dan sering terjadi kesalahpahaman dengan konsep wisata halal menunjukkan edukasi sangat penting diberikan kepada seluruh pihak yang ikut serta dalam pengembangan wisata halal. Salah satunya adalah SDM yang menjadi pelaku bisnis, harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai wisata halal dan juga syariah Islam, agar dapat berhati – hati dalam menjalankan bisnisnya dan tidak melanggar hukum syariah Islam. Pemerintah selaku pembuat kebijakan harus memahami dengan baik konsep wisata halal sehingga dapat membuat kebijakan yang dapat mendorong meningkatnya pengembangan wisata halal. Masyarakat lokal sendiri juga perlu memahami wisata halal sebagai dasar tindakan masyarakat menghadapi wisatawan. Bahkan wisatawan sendiri perlu memahami konsep wisata halal agar tidak terjerumus dengan oknum – oknum di destinasi wisata yang dituju. Edukasi ini juga dapat berjalan dengan memanfaatkan teknologi yang salah satunya media sosial. Melalui media sosial masyarakat dapat mempelajari keunggulan daerah wisata lain di dunia dan negara – negara lain yang telah menerapkan konsep wisata halal.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Maryetti yang menyatakan pengembangan pariwisata (berkelanjutan) dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu menetapkan potensi daya tarik wisata dalam rangka memberdayakan sosial-ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat; menciptakan daerah wisata yang unik untuk dikunjungi melalui program Sapta Pesona; serta mempersiapkan masyarakat untuk menerima kunjungan wisatawan melalui

program kebersihan lingkungan baik sanitasi dan pengelolaan sampah.⁴⁸

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Kade Sutawa (2012) yang menemukan bahwa Pemberdayaan masyarakat juga merupakan persyaratan untuk mengembangkan pariwisata sustainable. Pemberdayaan dilakukan langkah demi langkah dengan persepsi yang tepat dan interpretasi dalam rangka untuk menghindari pemberdayaan yang salah yang tidak mendukung pelaku pemberdayaan sustainable untuk mencegah kerusakan pada lingkungan sosial budaya dan oleh partisipasi dari semua pemangku kepentingan.

13. Informasi, (Media Dalam Model Wisata Halal Sustainable)

Informasi adalah pengenalan destinasi wisata halal kepada dunia luar. Baik buruknya informasi yang disampaikan akan langsung berdampak kepada daerah wisata. Informasi ini juga dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat dan membantu untuk lebih cerdas dalam mengembangkan wisata halal. Informasi yang secara lengkap dan jelas dapat menjadi pembicara suatu daerah kepada dunia untuk menarik wisatawan baik domestik maupun asing

Pemberian informasi yang tepat tentang wisata halal perlu dilakukan oleh media massa, sehingga masyarakat dapat memahami wisata halal lebih cepat dan mudah tentang wisata halal, dengan demikian masyarakat menjadi cerdas dan dapat membantu wisatawan yang berkunjung ke daerahnya lebih peduli dan lebih ramah. Termasuk juga informasi lainnya yang harus dipahami para pelaku bisnis yang umunya berasal dari masyarakat ataupun stakeholder lainnya. Dengan demikian juga wisata halal dapat berjalan secara *sustainable*. Karena dengan demikian tanpa disadari pertumbuhan ekonomi mereka dan kesejahteraan mereka akan jauh lebih baik.

Peran pemerintah perlu ditingkatkan untuk mendukung mempromosikan dan menggarap wisata halal ini. Keberadaan pemerintah saat ini dalam mengembangkan wisata halal adalah mengatur, fasilitasi dan penyebaran informasi mengenai segala sesuatu tentang wisata halal sehingga masyarakat lebih memahaminya.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh B. Pan dan G. B. Tumer

⁴⁸Maryetti, dkk, Pengembangan Berkelanjutan Kampung Budaya Setu Babakan Sebagai Daya Tarik Wisata, Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia, Vol. 1, No. 1, Juni 2016.

yang menyatakan bahwa pencarian informasi terdiri dari tahap informasi yang berkembang masuk pada tahap pra penentuan tujuan wisata hingga pada tahap melakukan pencarian informasi di internet, meski mereka sudah pernah ke tempat tujuan itu.⁴⁹

Sinergitas Stakeholders

Dari hasil penelitian dan pendapat para pelaku wisata halal dapat diambil kesimpulan bahwa untuk keberhasilan sebuah model wisata halal sustainable di Indonesia, keterlibatan semua pihak harus dapat direalisasikan, artinya sinergitas stakeholders tidak bisa ditawar. Seperti yang dikembangkan pemerintah RI tentang pembangunan pariwisata *sustainable* secara umum dapat diketahui indikatornya adalah⁵⁰ :

1. Kesadaran tentang tanggungjawab terhadap lingkungan, bahwa strategi pembangunan pariwisata sustainable harus menempatkan pariwisata sebagai *green industry* (industri yang ramah lingkungan), yang menjadi tanggungjawab pemerintah, industri pariwisata, masyarakat dan wisatawan.
2. Peningkatan peran pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata,
3. Kemantaban/keberdayaan industri pariwisata yaitu mampu menciptakan produk pariwisata yang bisa bersaing secara internasional, dan mensejahterakan masyarakat di tempat tujuan wisata,
4. Kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang bertujuan menghapus/meminimalisir perbedaan tingkat kesejahteraan wisatawan dan masyarakat di daerah tujuan wisata untuk menghindari konflik dan dominasi satu sama lain. Hal ini juga didukung dengan memberi perhatian/pengembangan usaha skala kecil oleh masyarakat lokal.

Selain itu, pemerintah Indonesia seharusnya memiliki komitmen yang kuat untuk mengembangkan wisata halal, apalagi hasil beberapa kajian di atas telah membuktikan bahwa Indonesai sangat potensial dalam menembangkan wisata halal. Jadi sudah selayaknya lha wisata halal menjadi prioritas utama untuk benar-benar ditangani dengan serius, salah satunya regulasi tentang wisata halal harus

⁴⁹ Pan, B., & Turner, G.B. (2006). *Tourist information search and acquisition: An extended framework*. Annual Conference of Atlantic Marketing Association, Charleston, SC, USA

⁵⁰ Anonim, op. cit., 2000

segera diterbitkan termasuk juga sertifikasi halal . Selanjutnya keberlangsungan wisata halal bukan saja tanggung jawab pemerintah tetapi juga semua pemangku kepentingan lainnya harus memiliki komitmen yang kuat untuk mengembangkan wisata halal. Para pelaku bisnis dan mitra terkait , seluruh masyarakat termasuk tokoh masyarakat, akademisi dan media, organisasi Islam khususnya MUI Dan DSN, dan pemerintah terkait juga perlu mendorong berkembangnya wisata halal. Karena memang kerja sama antar pemangku kepentingan itu yang bisa mempercepat berkembangnya wisata halal. Jika kerja sendiri-sendiri maka wisata halal Indonesia akan tertinggal dari negara tetangga⁵¹.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Penelitian Terdahulu yaitu Krishna Anugrah, Asminar Mokodongan, Ade Pebriani S, Pulmodoyo⁵². Pariwisata halal agar dapat berjalan dengan baik maka diperlukan kerjasama yang baik seluruh pemegang kepentingan dalam kepariwisataan. Kerjasama yang erat antar lembaga, usaha-usaha bidang pariwisata dan juga dukungan masyarakat.

Khusnul Khotimah, dkk⁵³. Ketersediaan aspek aksesibilitas, amenities dan ancillary service sudah cukup memadai namun masih perlu perbaikan dalam penyediaan transportasi khusus Trowulan, penyediaan homestay, pos informasi pariwisata, Money changer, gedung pertunjukan, fasilitas ATM, pos kesehatan dan pos keamanan. Kesiapan dan peran kelembagaan dalam kegiatan pariwisata perlu diperbaiki lagi terutama dalam hal kerjasama antara lembaga dari unsur pemerintah, swasta dan masyarakat

Sureerat Chookaew, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, dan Sudarat Nimpaya⁵⁴

⁵¹Elba damhuri, (2015), Potensi Wisata Syairah kita sangat besar -sapta nirwandar-penasihat-kehormatan-menteri-pariwisata-

⁵² Krishna Anugrah, Asminar Mokodongan, Ade Pebriani S, Pulmodoyo (2017), Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersedian Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo, Potensi Pengembangan Wisata Halal ISSN (print) : 1410 – 7252 ISSN (electronic): 2541 – 5859 Vol. 2 No. 02 Desember 2017

⁵³ Khusnul Khotimah, dkk (2017), Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersedian Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo, Potensi Pengembangan Wisata Halal ISSN (print) : 1410 – 7252 ISSN (electronic): 2541 – 5859 Vol. 2 No. 02 Desember 2017

⁵⁴ Sureerat Chookaew, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, dan Sudarat Nimpaya, (2015), “Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country“, *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.3 No.7

Demikian juga peran pemerintah perlu ditingkatkan untuk mendukung mempromosikan dan menggarap wisata halal ini. Pemerintah dan pelaku usaha, serta stakeholder yang terkait harus bahu-membahu untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata halal. Ini berarti sinergitas para stakeholders ini perlu dilakukan untuk menuju wisata yang berkelanjutan (sustainable). Dan pada akhirnya wisata

A. Muchaddam Fahham⁵⁵ Pemda NTB masih menghadapi berbagai tantangan, di antara tantangannya adalah pertama, meyakinkan warganya tentang urgensi pengembangan wisata halal di NTB, kedua, penyiapan sumber daya manusia yang kompeten, ketiga, percepatan sertifikasi halal bagi hotel dan restoran. Keempat, sinergi antarpemangku kepentingan dalam proses sertifikasi halal. Dan kelima, wisata halal perlu didukung oleh seperangkat peraturan perundangan yang dapat mensinergikan antarpemangku kepentingan yang terlibat dalam proses serifikasi halal.

Dr. Asep Ahmad Saefuloh, SE,M.Si, Dwi Resti Pratiwi⁵⁶ Dengan mayoritas penduduk muslim, menjadikan Indonesia berpotensi mengembangkan wisata halal. Namun hal itu tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan wisata halal. Perlu adanya kolaborasi yang kuat antara pemerintah dan pelaku wisata untuk meghidupi tantangan tersebut.

Halal diharapkan dapat menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ramah untuk wisatawan Muslim dan memerlukan standarisasi baik terhadap layanan wisata maupun produk-produk wisata serta sertifikasi para SDMnya. Dengan demikian arah dari bisnis pariwisata di Indonesia memiliki paradigma yang jelas dan berkontribusi sangat besar terhadap pengembangan ekonomi secara komprehensif dan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Demikian juga peran pemerintah perlu ditingkatkan untuk mendukung mempromosikan dan menggarap wisata halal ini. Pemerintah dan pelaku usaha, serta stakeholder yang terkait harus bahu-membahu untuk menjadikan Indonesia sebagai

⁵⁵ A. Muchaddam Fahham (2017), Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara,

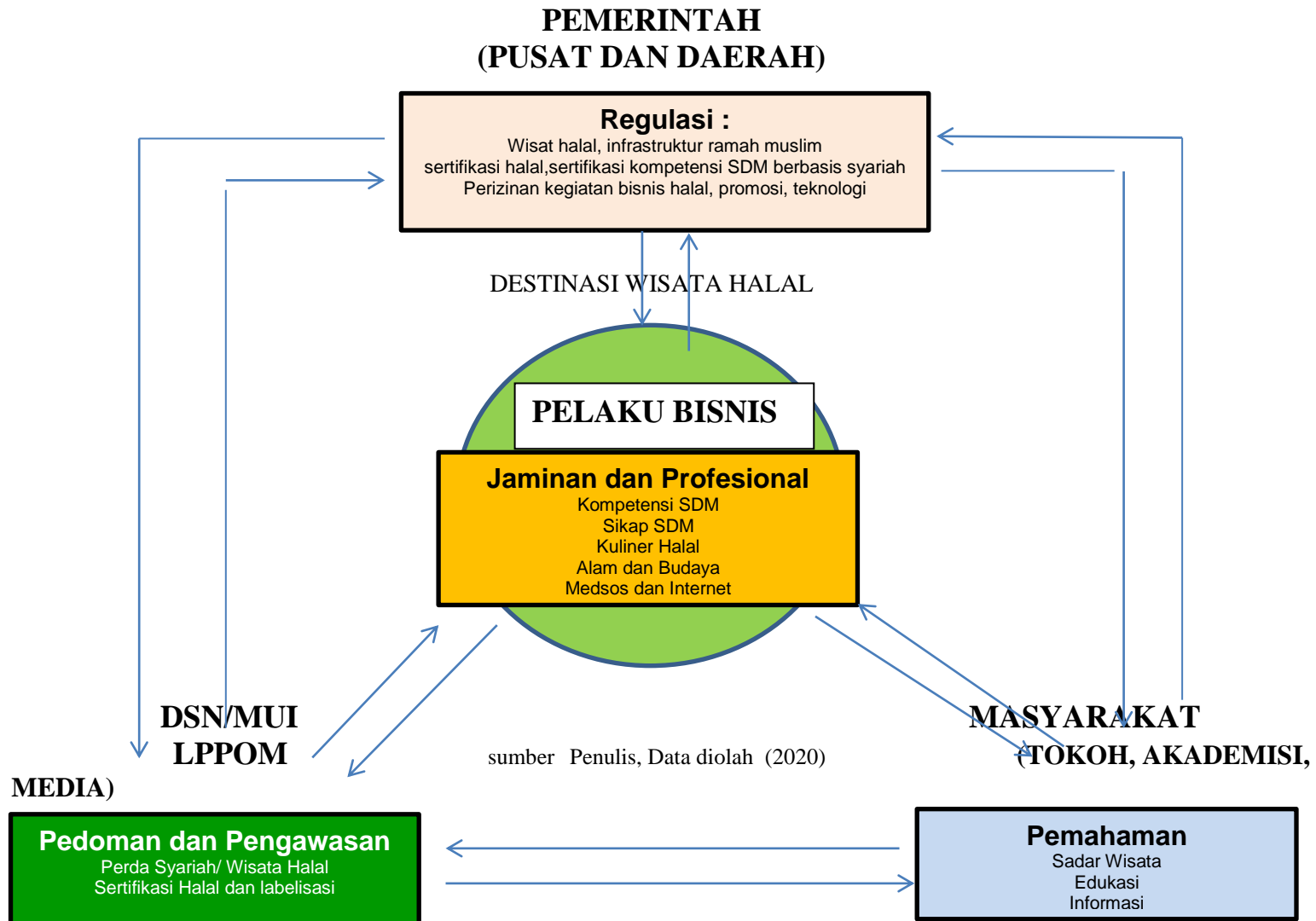
⁵⁶ Dr. Asep Ahmad Saefuloh, SE,M.Si, Dwi Resti Pratiwi (2019), Delegated Act : Dampak dan Alternatif Kebijakan Potensi dan Tantangan Wisata Halla Indonesia, Buletin APBN Vol. IV, Edisi 9, Mei 2019

destinasi wisata halal. Ini berarti sinergitas para stakeholders ini perlu dilakukan untuk menuju wisata yang berkelanjutan (sustainable). Dan pada akhirnya wisata halal diharapkan dapat menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang ramah untuk wisatawan Muslim dan memerlukan standarisasi baik terhadap layanan wisata maupun produk-produk wisata serta sertifikasi para SDMnya. Dengan demikian arah dari bisnis pariwisata di Indonesia memiliki paradigma yang jelas dan berkontribusi sangat besar terhadap pengembangan ekonomi secara komprehensif dan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Di bawah ini Model wisata halal sustainable di Indonesia dengan sinergitas stakeholders (terlampir):

Gambar 4.54

MODEL WISATA HALAL *SUSTAINABLE* DI INDONESIA IMPLEMENTASI SINERGITAS *STAKEHOLDERS*



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penjelasan terdahulu dapat diketahui bahwa Indonesia memerlukan sebuah model penerapan wisata halal yang sustainable , karena hasil penelitian dan juga pernyataan para ahli telah menunjukkan bahwa wisata halal di Indonesia memberikan prospek yang menjanjikan, untuk itu hasil kesimpulan penelitian ini menunjukkan dan membuktikan bahwa

1. Aspek-aspek wisata halal yang paling menghambat dan paling potensial di Indonesia adalah:
 - a. Jika melihat daerah Nusa Tenggara Barat , maka NTB adalah Satu-satunya provinsi yang memiliki potensi wisata halal yang paling membanggakan Indonesia di tingkat dunia, selain NTB sendiri berpopulasi muslim terbanyak; Sering mendapatkan penghargaan wisata halal tingkat dunia di Dubai sejak tahun 2015., dan menjadi daerah destinasi yang paling berhasil dalam penjualan paket wisata halalnya , Memiliki regulasi wisata halal dan dukungan pemerintah sangat tinggi, Sinergitas stakeholders sangat baik, Banyak pilihan destinasi wisata halal dan Indah , Infrastruktur wisata halal yang ramah muslim cukup baik, Akses dan jalan ke daerah destinasi wisata bagus, serta Candra mata umumnya tersertifikasi halal di toko soevenir.
 - b. Aceh memiliki banyak potensi dalam penerapan wisata halal , selain karena muslim terbanyak penduduknya, keindahan alam , infrastruktur yang cukup baik, juga perda qanun tentang wisata yang bersyariat Islam menjadi paling potensial.
 - c. Daerah Bali walaupun menolak penerapan wisata halal, namun kesadaran masyarakat terhadap sertifikasi halal cukup tinggi, pemahaman masyarakat dan kesadaran yang cukup tinggi terhadap wisata , keindahan alam yang luar biasa
 - d. Sumatera Utara terkenal dengan wisata kulinernya yang paling potensial , selain keindahan alam

Lalu aspek wisata halal yang paling menghambat di Indonesia adalah belum adanya regulasi wisata halal yang dikeluarkan oleh pemerintah, itulah sebabnya masih adanya penolakan-penolakan dalam penerapan wisata halal, minimnya kesadaran melakukan sertifikasi , daerah wisata lainnya umumnya masih minim infrastruktur yang ramah muslim, minimnya sinergitas stakeholder. Dan pemahaman serta kesadaran masyarakat akan wisata halal masih minim .

2. Adapun penerapan wisata halal di Indonesia yang diwakili oleh keempat daerah di atas sangat beragam, seperti di Nusa Tenggara Barat , daerah Nusa Tenggara Barat bisa menjadi contoh bagi seluaruh daerah lainnya , mengingat setiap tahunnya NTB mengalami kenaikan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut, penerapan wisata halal didukung pemerintah dengan perda dan pembenahan destinasi serta akses termasuk sinergitas yang cukup baik dengan pihak-pihak terkait membuat NTB menjadi daerah destinasi wisata halal pilihan. Daerah Aceh juga melakukan penerapan wisata halal dengan mengacu pad perda Islam yang dibuat pemerintah , namun Aceh sepertinya belum begitu serius dalam penerapan ini , bisa jadi karena masih awal dan juga peran para stakeholders belum nampak . Bali , daerah yang ditunjuk pemerintah dalam penerapan wisata halal sejak tahun 2015 namun kurang merespon secara positif bahkan menolak penerapan wisata halal, namun pada kenyataan sehari-hari justru daerah Bali adalah satu-satunya daerah yang memilik pelaku bisnis yang sadar akan sertifikasi halal tertinggi termasuk sertifikasi kompetensi .SDM dibanding daerah lainnya dalam penerapan wiata halal., belum lagi dukungan banyaknya hotel yang restaurannya telah tersertifikasi halal , termasuk biro perjalanan yang cukup banyak menyediakan biro perjalanan halal, sayang wisata halal tidak menjadi pilihan. Dan terakhir adalah daerah Sumatera Utara adalah satu-satuya daerah yang belum direkomendasikan dalam penerapan wisata halal, namun pemerintah daerah nya cukup tertarik mengingat memiliki potensi dan prospek yang menjanjikan dengan penduduk mayoritas muslim, keindahan alam dan budaya serta kulinernya yang terkenal di Indonesia, walaupun pernah ditolak masyarakat di kawasan Danau Toba, namun daerah lainnya

banyak yang mendukung. Sumatera Utara harus siap untuk penerapan wisata halal di daerahnya .

3. Ada 13 aspek wisata halal yang perlu menjadi prioritas untuk di realisasikan dan dibenahi antara lain. Regulasi, Regulasi pusat, sertifikasi halal, SDM, Daya Tarik Alam/Budaya , Sikap SDM, Kuliner, Infrastruktur, Media Sosial/Internet , Tokoh Masyarakat, Sadar wisata, Edukasi dan Informasi. Aspek-aspek di atas menjadi prioritas utama untuk membuat wisata halal bisa berjalan secara sustainable di Indonesia, mengingat masing-masing daerah memiliki keunikannya aspek-aspek dominannya , belum lagi penerapannya yang masing-masing berbeda dari keempat daerah tersebut di atas, cukup signifikan, maka perlu duduk bersama seluruh pihak dan juga perwakilan dari daerah yang telah melakukan pengelolaan wisata halal, dan juga bagi daerah yang berminat untuk menerapkan wisata halal yang memang cukup menjanjikan di masa depan, termasuk keterlibatan pemerintah. Karenal ini tentunya perlu dukungan semua pihak untuk merealisasikannya secara tepat, agar keunggulan dan kekurangan masing-masing daerah dapat didata dan dievaluasi, oleh sebab itu sinergitas antara para stakeholders perlu segera direalisasikan . Maka model wisata halal yang direkomendasikan untuk diterapkan agar berjalan secara sustainable adalah dengan melakukan sinergitas seluruh pihak yang terlibat dalam wisata halal (sinergitas stakeholders), mengingat ke 13 aspek tersebut dapat dibenahi ataupun direalisasikan oleh stakeholders yang berbeda seperti regulasi yang harus diterbitkan oleh pemerintah, sertifikasi halal oleh MUI/DSN dan juga pemerintah, kuliner dan SDM serta lainnya oleh pelaku bisnis wisata halal, sementara sadar wisata dan lainnya hanya bisa dilakukan jika masyarakatnya terlibat dengan baik dan aspek lainnya sesuai wewenang dan tanggungjawab prioritasnya, yang pada akhirnya semua pihak bertanggungjawab terhadap keberlanjutan wisata halal di masa depan. Sehingga wisata halal benar-benar menjadi sumber penghasilan daerah maupun negara sehingga sumber PAD jelas , terlebih penerbitan regulasi wisata halal tidak boleh ditunda tentunya perda yang bukan dibuat oleh pemerintah secara sepihak , tetapi hasil masukan,dan saran dari seluruh masyarakat khususnya para penggiat wisata

halal, baik pelaku bisnis, akademisi, termasuk regulator, MUI, DSN, dan masyarakat umum lainnya yang telah berkecimpung dalam bisnis wisata halal.. Dan kesadaran masyarakat pun perlu ditingkatkan, sehingga tujuan akhirnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat akan terpenuhi

4. Aspek-aspek apa yang dominan dalam model wisata halal sustainable di Indonesia, Aspek regulasi adalah aspek yang paling dominan dalam penelitian ini. Karena ke empat daerah NTB, NAD Aceh, Sumut dan Bali dan juga ke 5 kategori yang terdiri dari Akademisi, Praktisi, Regulator, Auditor dan masyarakat memiliki kesamaan aspek yang dominan, yang menjadi prioritas untuk membuat wisata halal sustainable dibanding destinasi wisata halal maupun masyarakat dengan nilai tertinggi 0,336, diikuti masyarakat serta destinasi wisata. Dan kesiapan pemerintah pusat untuk membuat regulasi tentang wisata halal sangat ditunggu public, sebagai aspek dominan prioritas terlihat dari hasil nilai tertinggi dibanding regulasi daerah karena walaupun masing-masing daerah sudah memiliki perda wisata halal ataupun perda syariah Islam seperti di Aceh, ternyata regulasi pemerintah pusatlah yang paling utama untuk membuat wisata halal sustainable dengan nilai tertinggi 0,539 dibanding regulasi daerah 0,440. Dengan adanya regulasi dari pemerintah pusat dalam hal ini yang dikeluarkan oleh kementerian dapat menjadi payung hukum yang jelas, sehingga daerah-daerah yang sudah ditetapkan oleh pemerintah selama ini, namun belum juga merealisasikannya dapat segera diterapkan. Termasuk banyaknya konflik yang terjadi di daerah-daerah seperti penolakan wisata halal. Bukti sudah membuktikan bahwa NTB adalah satu-satunya daerah yang sudah berhasil menduduki tempat utama yang menjadi tujuan wisata halal di Indonesia, bahkan dunia, karena dukungan pemerintah daerahnya dengan menerbitkan regulasi atau perda wisata halal. Jadi sudah waktunya regulasi tentang wisata halal dari pemerintah diterbitkan

B. Saran

Dari kesimpulan di atas dan hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran antara lain:

1. Sebaiknya pemerintah menerbitkan UU Pariwisata Halal yang sampai saat ini belum juga dimiliki, untuk memudahkan para pelaku ataupun stakeholders dalam menerapkan wisata halal di daerahnya masing-masing. Karena memiliki standard dan aturan serta hukum yang sama. Dengan demikian tidak akan terjadi penolakan-penolakan ataupun kebingungan stakeholders. Peran pemerintah masih kurang, apalagi sertifikasi halal yang menjadi regulasi yang paling dibutuhkan dalam penerapan wisata halal ternyata belum bisa diterapkan dengan serius. Termasuk koordinasi dengan para stakeholder masih minim dilakukan pemerintah, ini diketahui dari keluhan para pelaku bisnis wisata halal di lapangan,

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain kedua sertifikasi di atas ada 13 aspek wisata halal yang menjadi prioritas perhatian bersama seperti ; Daya Tarik Alam/Budaya , Sikap SDM, Kuliner, Infrastruktur, Media Sosial/Internet ., Tokoh Masyarakat, Sadar wisata, Edukasi dan Informasi, dengan mengetahui ini akan memudahkan para stakeholders terutama pemerintah dalam mengembangkan wisata halal kedepannya sehingga wisata halal sustainable dapat tercapai. Wisata halal saat ini masih berjalan sendiri-sendiri, diperlukan sinergitas sehingga memudahkan koordinasi. Pemerintah adalah pihak yang paling bertanggungjawab terhadap masyarakatnya, termasuk bagaimana bisa membina semua pihak termasuk masyarakat untuk memahami dan berperan dalam wisata halal.

Dengan penerapan wisata halal *sustainable* secara tepat di Indonesia, akan memberikan harapan bagi masyarakat lokal dimana tercapai kesejahteraan ekonomi, ekologi dan sosial tentunya akan berpengaruh terhadap daerah dan negara.

2. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa mayoritas para Pelaku Bisnis tidak mematuhi peraturan khususnya tentang sertifikasi halal , dan sertifikasi kompetensi SDM. Pelaku bisnis terkesan hanya mencari keuntungan tanpa menjaga dan mengelola SDM dan produk yang belum tersertifikasi .

Para pelaku bisnis juga kebanyakan belum mengetahui peraturan-peraturan dan panduan penyelenggaraan wisata halal, khususnya bagi daerah yang belum memiliki Perda Wisata Halal ataupun Perda Islam. Para pelaku bisnis wisata halal juga bertanggung jawab terhadap kesiapan masyarakat sekitarnya baik peran masyarakat dalam menunjang bisnis wisata halal, maupun dalam menjaga lingkungan dan keindahan serta kebersihannya. Sinergitas dengan berbagai pihak akan menjadi solusi dapat membuat wisata halal berkembang secara berkelanjutan.

3. Masyarakat umum adalah pelaku kunci dalam wisata halal, selain masyarakat harus memahami tentang wisata halal, mereka juga harus menjaga lingkungan wisatanya tetap terjaga dan higienis serta keindahannya. Sadar Wisata dan Sapta Pesona tetap menjadi prioritas, kesiapan masyarakat dalam menerima wisatawan akan memberikan rasa aman dan nyaman. Dibutuhkan edukasi, informasi serta komunikasi yang baik terhadap wisatawan dan berbagai pihak. Karena dengan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap penerapan wisata halal. Keterlibatan masyarakat dalam membangun ekonomi di daerah wisata terkait akan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Keberadaan tokoh masyarakat juga perlu diperhatikan karena tokoh masyarakat ini bisa mempengaruhi masyarakat dalam bertindak atau berperilaku di masyarakat, apalagi terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah.
4. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini dengan daerah yang lebih luas dan adanya kebijakan-kebijakan baru terlebih maraknya penggunaan teknologi dalam wisata halal yang diharapkan dengan teknologi ini masyarakat lebih banyak berperan membantu penerapan wisata halal yang sustainable

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Asmoro. 2011. *Filsafat Umum*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Anto Dayan, 1986, Pengantar Metode Sttistik II, Penerbit LP3ES, Jakarta
- Anik Nuryani, Tren Wisata Halal, (wisatahalal.sv.ugm.ac.id) pada tanggal 20 September 2018, pukul 10.22
- Britha Mikkelsen. 2011. Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya Pemberdayaan, Yayasan Obor Indonesia
- Chadwick, R. A. 1994. *Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research. In Travel, tourism, and hospitality research: A handbook formanagers and researchers*, J. R. B. Ritchie and C. R. Goeldner, eds., 66. New York : John Wiley
- Damanik, Janianton dan Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta : PUSPAR UGM dan Andi,
- Dr. Rohi Baalbaki. 1995. *Al Mawrid A Modren Arabic English Dictionary*, dar al Ilm Almalayin, Beirut
- Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, 2017
- Gamal, Suwanto. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Global Muslim Travel Index (GMTI)2018
- Gunn, Clare A. 1988. *Tourism Planning*. New York: Taylor and Francis
- Harry Waluyo (et al). “*Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi* (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan”, 1993, hlm. 30.
- I Gusti Ngurah Bagus. Hubungan Pariwisata dengan Budaya di Indonesia, Prospek, dan Masalahnya dalam Kumpulan Makalah Kongres Kebudayaan 199 (Depdikbud 1992/1993
- Inskip, Edward. 1991. *Tourism Planning And Suistainable Deploiment Approach*. Van Nostrand Reinblod, New York.
- Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Untuk Ilmu – Ilmu Sosial*. Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI
- Irwanto. 2006. *Keanekaragaman Fauna Pada Habitat Mangrove* .Yogyakarta
- James J. Spillane. 1993. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya* Yogyakarta : Kanisius.

- John M. Echols and Hassan Shadily. 2010. *Kamus Indonesia Inggris*, Jakarta : PT. Gramedia.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 & Global Halal Forum
- Khamimudin. 2013. *Fiqh Kesehatan*. Yogyakarta : PT LKIS Cemerlang.
- Kodyat, H. 1983. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- McIntosh, Robert W., dan Charles R. Goeldner. 1986. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Kanada: John Wiley & Sons, Inc.
- Medic dan Middleton, Product formulation in tourism. *Tourism and Marketing*, 13:173-201, 1973.
- Mira P. Gunawan. 1999. *Pariwisata Indonesia, Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan*. Bandung : Penerbit Lembaga Penelitian ITB.
- Mustaq Ahmad. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta Timur : Pustaka Al-Kautsar.
- Ngatawi, Al-Zastrouw. 2012. *Gerakan Islam Simbolik: Politik Kepentingan FPI*. Yogyakarta : LkiS.
- Nyoman. S. Pendit. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradya Paramita
- Pendit. Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta : Perdana.
- Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life, 2014
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya
- R.G. Soekadijo. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Nur Rika Puspita. 2012. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo Di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul*. Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Sapta Nirwandar, op. cit., 2013

- Sinaga, Supriono. 2010. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara
- Soekadijo. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta : Gramedia.
- Sofyan. 2011. “*Dasar-dasar metodologi penelitian klinis*”. Jakarta : Sagung Seto.
- Sofyan. 2012. “*Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*”, Cetakan 1, Jakarta : Republika
- Surono, “Kebijakan Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional dalam Menghadapi AEC”, diakses dari webcache.googleusercontent.com, pada tanggal 24 April 2016, pukul 10.25.
- State of Global Islamic Economic 2018, haladinar.io report 2018.pdf
- Sucipto, Hery dan Andayani, Fitria, *Wisata Syariah : Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya*. Jakarta : Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consutin
- Sunaryo , Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata : Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Tajzadeh, N.A. Value creation in tourism: An Islamic approach. *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4(5).1252-1264. (2013).
- Thohir Bawazir. 2013. *Panduan Praktis Wisata Syariah*, Jakarta : Pustaka Al-Kautsar.
- Yoeti, Oka A. 1979. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.

JURNAL

- Abdul Rasyid. 2015. Effects Of Ownership Structure, Capital Structure, Profitability And Company's Growth Towards Firm Value. *International Journal Of Business And management Invention*. Vol 4, pp. 25-31
- Al-Raghib al-Alashfihani, *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*, (Dar Fikr, Beirut, 1989 M), hal 105
- Anik Nuryani, *Tren Wisata Halal*, (wisatahalal.sv.ugm.ac.id) pada tanggal 20 September 2018, pukul 10.22
- Bagir manan, 1992, *Dasar – Dasar Perundang – Undangan Indonesia*, Ind-Hill-Co, Jakarta, hlm. 18
- Buhalis, D. 2000. Marketing The Competitive Destination Of The Future. *Journal Of Tourism Management*. Vol 21. Pp 97-116

- Ckookaew, S. 2015. "Increasing Halal Tourism Potensial at Andaman Gulf", *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.3 No.7.
- Duski Samad, "Halal Tourism Detination", diakses dari (www.google.co.id), pada tanggal 25 Agustus 2015, pukul 10.40.
- Dr. Rohi Baalbaki, *Al Mawrid A Modren Arabic English Dictionary*, dar al Ilm Almalayin, Beirut, 1995, hal 569, 652
- Erling Holden, Kristin Linnerud, David Banister, "Sustainable Development : Our Common Future Revisited", *Global Environmental Change*, Vol. 26, Mey 2014, h. 130-139.
- Hanzaee, Kambiz Heidarzadeh and Mohammad Reza Ramezani, "Intention To Halal Products In The Word Market Interdisciplinary", *Journal of Research in Business*. Vol. I. No. 5, 2011.
- Harry Waluyo (et al). "Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan", 1993, hlm. 30.
- Joko Tri Haryanto, "Model pengembangan ekowisata dalam mendukung kemandirian ekonomi daerah studi kasus provinsi DIY", *Journal Ilmiah Sosial dan Humainora* Vol. 4 No. 3, 2014.
- Kessler, Kristel, "Conceptualizing Mosque Tourism: A Central Feature of Islamicand Religious Tourism", *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol. 3, Issue 2, 2015.
- Khotimah, Khusnul., Wilopo, Hakim, Luchman. 2017. Srategi pengembangan destinsi pariwisata budaya (sudi kasus pada kawasan situs trowulan sebagai pariwisata budaya unggulan di kabupaten Mojokerto). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol. 41 No. 1, hal. 56 – 65
- ¹Kovjanic, G. Islamic Tourism as a Faktor of the Middle East. *Turizam*, 18 (1), 33-43, 2014.
- Maha Rani, Deddy Prasetya, Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang) *JurnalPolitik Muda*, Vol. 3 No. 3, Agustus-Desember 2014, 412-421. Surabaya: FISIP UNAIR, 2014
- Munirah, L., & Ismail, H. N, Muslim Tourists' Typologi in Malaysia : Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*.Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment, 2012
- Pan, B., & Turner, G.B. (2006). *Tourist information search and acquisition: An extended framework*. Annual Conference of Atlantic Marketing Association, Charleston, SC, USA

- Pratiwi, Soraya Ratna, Dida, Susanne & Sjafirah, Nuryah Asri. 2018. Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 6 No. 1. Pp 78-90
- Prasetya Irawan. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: DIA FISIP UI, 2006). h. 101.
- Republika.co.id di Jakarta, Selasa (28/7).
- Republika.co.id. menggali potensi wisata halal di Lombok. khasanah. berita dunia islam mozaik 2016
- Richard W. Butler, "Tourism, Environment and Sustainable Development", *Environmental conservation*, Vol 18 No. 3, October 1991. h. 201-209.
- Riyanto, Sofyan.,B.S.E.E.,MBA,"Bisnis Syariah Mengapa tidak?", (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 20 11), h.25
- Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C, The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma. *2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*.17, pp. 138-142. Singapore: IACSIT Press, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: ALFABETA., 2013), h. 115
- Surbakti. 1992. Memahami ilmu politik, PT. Grasindo, Jakarta.
- Sari, Nur Rika Puspita. 2012. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Oleh Kelompok Sadar Wisata Dewabejo Di Desa Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunung Kidul. Yogyakarta. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Utomo, Christiono. *Analisis Highets dan Best Use (HBU)pada Lahan Jl. Gubeng Raya No.54 Surabaya*, Jurnal Teknik Pomits Vol.2, C6-C10, 2013
- UNWTO (2011), *Religious Tourism in Asia and The Pacific*. Madrid : World Tourism Organization
- Vereczi, *Guiding Principles for Local Authorities in Planning for Sustainable Tourism Development*, Jurnal Ilmu Pariwisata Vol. 6, No. 1, Juli 2001, hlm. 92
- Yaman, Amat Ramsa & A. Mohd, "Community-based Ecotourism: New Proposition for Sustainable Development and Environment Conservation in Malaysia," dalam *Journal of Applied*, Vol. 4 No.4, 2004, h.583-589.
- Yuniawati, Yeni, *Pariwisata Dalam Bingkai Syariah*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure UPI, Vol. 10, No. 2, Bandung, 2013.

Zamani-Farahani H & Anderson JC. Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: The Cases of Iran and Saudi. *International Journal of Tourism Research* 12, 79–89 (2009)

NON BUKU

Aan J, Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek, Jurnal (Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon)

Abdul Rasyid, op. cit., 2015

Abdulla Mohammed Al Awar Kepala Eksekutif Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai (DIEDC) Makanan Halal Kini Jadi Kebutuhan Non-Muslim Pula 2017 Qommarria Rostanti dan Indira Rezkisari

Ablah Abdul Hamid Bukhari, *Iqtishadiyat As-Siyahat*. h. 4

Achmad Maulidi, diakses dari www.kanal.web.id, pada tanggal 15 April 2017

Ahmad Baraas dan Andi Nur Aminah, Pengusaha Bali Makin Berminat pada Sertifikasi Halal , Republic co.id , 2017

Al-Raghib al-Alashfihnai, *Mu'jam al-Quran Li Alfaz al-Quran*, (Dar Fikr, Beirut, 1989 M)

Amanda Kusumawardhani - Bisnis.com.2019

Anang Sutoyo Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, detikTravel , Ini 10 Destinasi Wisata Halal Unggulan Indonesia , Feb 2019 B, TRAVEL NEWS, Johanes Randy Prakoso

Anik Nuryani, Tren Wisata Halal, (wisatahalal.sv.ugm.ac.id) pada tanggal 20 September 2018, pukul 10.22

Arif Yahya dalam Wahyu Adityo Prodjo dan I Made Asdhiana (Kompas.Com, 2016), "Tiga Hambatan Pengembangan Wisata Halal di ndonesia", Jakarta (travel.kompas.com).

Arsiya Heni Puspita dalam Republica.co.id (26 Juni 2018). Pemerintah dan Pemangku Wisata Halal Perlu Kerja Sama. Jakarta

Asita dalam Republika .co.id (09 Ocober 2019) , Wisata Halal Perlu Didukung Peraturan Menteri ,Asita Solo

Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata (Asita) Jawa Tengah Republika .co.id . Jawa Tengah Solo (09 Ocober 2019) , Wisata Halal Perlu Didukung Peraturan Menteri ,Asita Solo

Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, bulelengkab.go.id, pada 08/10/2018

- Bank Indonesia dalam Bisnis Wisata .co.id (Nov 16, 2019) : Wisata Halal, Mesin Pendorong Industri Halal Indonesia, Endy Poerwanto
- BPS Provinsi Sumatera Utara 2015, diakses dari sumut.bps.go.id, pada tanggal 26 Desember 2016, pukul 17.20.
- Buhalis, D, Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-152. DOI: dx.doi.org, 2000
- Diyanet Isleri Baskanligi, Helal (The Halal).Retrieved from diyanet.gov.tr, 2011
- Duski Samad, “Halal Tourism Detination”, diakses dari google.co.id, pada tanggal 25 Agustus 2015, pukul 10.40.
- emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JTF-12-2017-0058
- Fatwa DSN MUI “Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah” , Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, 1 Oktober 2016.
- Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, 2017
- Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, dalam republika.co.id. 2017
- Fazir ,Riset Ungkapkan Permintaan Produk Halal Meningkat, Republika.co.id (Jan 2018)
- Ganendra dalam kompasiana .com (Agustus 2019) Yuk, Mengenal Esensi Halal di Ajang Terbesar Muslim LifeFest 2019
- Gigih Prayitno dalam Kompasiana (02 September 2019) , Salah Kaprah orang Indonesia Memahami Konsep Wisata Halal
- Global Muslim Travel Index (GMTI)2018 (Analisa Kunjungan wisatawan Muslim 2018)
- Gulen, F, Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: herkul.org. 2011
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hery Sucipto dan F Andayani, Wisata Syariah (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014),49
- Hery Sucipto dan F Andayani, Wisata Syariah (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media dan Wisata Syariah Consulting, 2014),53.
- Harry Waluyo (et al). “Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan”, 1993, hlm. 30.
- Ijaj, A..Halal concept & brands.Retrieved from halalbrands.blogspot, 2011
- Jalan-jalan ke Jepang.com 10 (may 2019), 10 rekomendasi kota ramah muslim di Jeoabg

- Johanes Randy Prakoso (09 April 2019), 10 Negara Muslim ini Mencuri Perhatian Wisata Halal, detik.com
- Jurnal Halal, “Wisata Syariah, Sampai dimana?”, LPPOM MUI, No. 126 I Juli-Agustus TH. XX 2017.
- Kemenpar, “Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia”, diakses dari kemenpar.go.id, pada tanggal 07 Agustus 2016, pukul 14.20
- kemenpar.go.id 2017_klasik.pdf
- Kementrian Pariwisata Indonesia (2018)
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 & Global Halal Forum
- Kepala polisian resor Garut , AKBP Budi Satria Wiguna Merdeka.com (10 Juni 2019). Polisi Ungkap Pungli oleh Preman di Objek Wisata Cipanan , Garut
- Kiki Sakinah/ Red: Esthi Maharani
- Kiki Sakinah/ Red: Esthi Maharani Riset Ungkapkan Permintaan Produk Halal Meningkatkan, Republika.co.id (Jan 2018)
- kompasiana.com/.2012 shintafub/tren-konsep-halal-potensi-dan-prospek-e-tourisme-halal-di-indonesia
- Laporan i Mastercard-HalalTrip Muslim Millenial Travel Report 2017 (MMTR2017)
- Liputan6.com Jakarta (11 Juni 2017) Smesco Halal Lifestyle Trend 2017, Ajang Edukasi Gaya Hidup Halal, Nofie Tessar
- Majdi, Udo Yamin Efendi, “Potensi Diri”, diakses dari solusitesis.com, Jakarta: Qultum Media, pada tanggal 08 Juni 2016, pukul 13.10.
- Maul. 2014. Sinergisitas Antar Masjid Sebagai Poros Wisata Syariah di Jakarta. jakarta.kompasiana.com
- Mia Kamila .9 Negara Ini Sediakan Paket Wisata Halal Buat Kamu yang Ingin Liburan di Bulan Ramadhan.Yuk datang ke Maroko biar Kamu bisa menikmati sajian khas Maroko saat buka puasa! Cek destinasi wisata halal di dunia lainnya
- mysharing.co/delapan-hal-ini-motori-pertumbuhan-pasar-muslim
- Nur Aini (1 Agustus 2019), 10 Hotel halal di Bali dibawah 550 ribu yang mengantongi sertifikat MUI. Indonesia.tripcanvas.co
- Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia dalam Antaranews ((15 November 2019), Masyarakat diminta perkuat literasi wisata halal

Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life, 2014

Pratiwi, Soraya Ratna, Dida, Susanne & Sjafirah, Nuryah Asri. 2018. Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. Jurnal Kajian Komunikasi. Vol 6 No. 1. Pp 78-90

Prof KH Maruf Amin ,Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) , Indonesia Dinilai Terlambat Menyiapkan Pariwisata Halal, Jakarta City Post | Kamis, 16 Nov 2017, AL

Puri Yuanita ,(25 September 2016), Penginapan di Bali DdinobatkanJ jadi Hotel Ramah Muslim Terbaik,.m.dream.co.id

Santoso, Fajar, Pariwisata Dalam Pandangan Islam. Padang: Majalah Online, Retrieve from tabloid_info.sumenep.go.id, 2007

Sapta dalam Republika.co.id (26 Juni 2018). Infrastruktur dan kualitas objek wisata perlu ditingkatkan, Dunia Islam.Khazaah Indonesia

Sapta Nirwandar, "Pariwisata Syariah sebagai Ikon Baru Pariwisata Nasional", diakses dari google.co.id, pada tanggal 09 Oktober 2016, pukul 13.50.

Sri Anindiati Nursastri, "7 masalah utama pariwisata di Indonesia", travel.detik.com, 27 Desember 2016, pukul 15.25.

State of Global Islamic Economic 2018, haladinar.io.pdf

Surono, "Kebijakan Sertifikasi Profesi Pariwisata Nasional dalam Menghadapi AEC", diakses dari webcache.googleusercontent.com, pada tanggal 24 April 2016, pukul 10:25.

tafsirq.com, pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah diakses 15 Mei 2018

Tazbir Abdullah dalam Lifestyle, Liputan6.com Jakarta (11 Juni 2017) Smesco Halal Lifestyle Trend 2017, Ajang Edukasi Gaya Hidup Halal, Nofie Tassar

Tika Anggaeni Purba (07 September 2019). Literasi Wisata Halal Penting agar Tak Salah Memahami Maknanya, Bisnis.com

UNWTO (2011), Religious Tourism in Asia and The Pacific. Madrid : World Tourism Organization.

UU no. 10 tahun 2009;

UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Winda Destiana Putri, "Gangwon Korea Selatan siap jadi Destinasi Wisata Halal", diakses dari gayahidup.republika.co.id, pada tanggal 06 September 2016, pukul 20.10.

- Wuryasti, F, Wisata halal, konsep baru kegiatan wisata di Indonesia, Retrieved from travel.detik.com, 2013
- Yogie Respati, “ tentang Pasar Perjalanan Pebisnis Muslim Capai 22 Miliar USD, Mastercard-CrescentRating Muslim Business Traveler Insights October 2016” diakses dari mysharing.co, pada tanggal 27 Desember 2016
- Yunaidi, “Indonesia Raih 12 Penghargaan Bergengsi di Ajang The World Halal Tourism Awards 2016”, diakses dari (National Geographic Indonesia 2016/Desember/7 23:11, pada tanggal 28 Desember 2016, pukul.10.26

KUESIONER PENELITIAN

**MODEL WISATA HALAL *SUSTAINABLE*
DI INDONESIA**

Identitas Narasumber

Nama :

Jabatan :



PENELITI

TETTY YULIATY

**PROGRAM DOKTORAL PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

Kepada Yth
Bapak/Ibu Narasumber
Di Tempat

Saya **Tetty Yuliaty**, Mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Sumatera Utara, Medan (UIN Sumatera Utara) . Sehubungan dengan disertasi saya yang berjudul **Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia**. Dimana penelitian ini dimaksudkan agar wisata halal bisa diterapkan dengan benar dan baik, sehingga bisa menjadi sector bisnis wisat yang bisa dinikmati seluruh masyarakat , dimana semua unsur kebaikan/keamanan dan kenyamanan dalam konsep halal dalam operasoional bisnisnya terpenuhi. Bisnis wisata halal ini diharapkan menjadi trend dan terus berkembang dan bermanfaat di masa yang akan datang. Jika kendala-kendala yang ada selama ini bisa diselesaikanr. Bisnis wisata halal diharapkan bisa meningkatkan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat termasuk menjadi sector bisanis wisata yang paling menjanjikan bagi pemerintah mengingat kekuatan Indonesia dengan kekayaan alamnya, mayoritas muslim penduduknya dan segalan kelebihan lainnya.

Untuk itu saya mohon bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian dan memberikan pendapat terkait wisata halal berkelanjutan / sustainable di Indonesia . Semua pernyataan dan data yang diberikan narasumber tidak akan dipublikasikan, dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian dan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih,

Jazakumullah Khairan Katsira.

Informasi

Jika ada pertanyaan, atau ingin mendapatkan informasi yang lebih lengkap berkenaan dengan kuesioner peneliian ini, silahkan menghubungi peneliti dengan melalui:

Tetty Yuliaty (Peneliti)

HP : 081370207977

Email : tettyjuliay@gmail.com

BAGIAN I

Gambaran Umum Penelitian

Wisata halal kini tumbuh subur di Indonesia bahkan di dunia, bukan hanya marak tumbuh di Negara yang mayoritas penduduknya Muslim tetapi Negara-negara yang penduduknya mayoritas non muslimpun, bisnis ini kian tumbuh subur berkembang. Indonesia sendiri adalah salah satu Negara yang cukup lambat dalam menerapkan wisata halal, karena Negara-negara lain telah menerapkannya lebih dulu, namun penghargaan-penghargaan yang terus diperoleh berkali-kali sebaik menerapkan bisnis wisata halal ini, membuat Indonesia kian gencar menginformasikan wisata halal ke Negara-negara lain. Termasuk ditetapkannya 13 daerah yang ditunjuk pemerintah untuk menerapkan bisnis ini, Daerah NTB, Sumbar dan Aceh adalah daerah-daerah yang paling berhasil menerapkan wisata halal, terlebih NTB dengan banyak penghargaan dan kesiapannya dalam bisnis wisata halal ini salah satunya dengan memiliki peraturan daerah tersendiri tentang wisata halal dan Aceh Satu-satunya daerah yang telah ditunjuk pemerintah untuk menerapkan wisata halal namun kurang direspon pemerintah daerahnya adalah Bali, hal ini disebabkan selama ini Bali sudah memiliki segmen sendiri tentang konsep wisata di daerahnya. Pemerintah Bali justru tidak menginginkan dengan adanya penerapan konsep wisata halal yang baru ini justru bisa mengurangi jumlah wisatawan yang berkunjung. Walaupun pada kenyataannya sebahagian masyarakat dan para pebisnis ramai-ramai mensertifikasi halal produknya dan menjual produk/jasa wisata yang berlabelkan halal dan memiliki banyak peminat. Berbeda dengan daerah pemerintah Sumatera Utara, dengan mayoritas penduduknya yang muslim tetapi tidak ditetapkan sebagai daerah wisata halal, namun kebutuhan wisata halal ini cukup mendesak mengingat daerah-daerah yang paling populer destinasi wisata halalnya justru diragukan banyak dikelola secara non halal. Sehingga banyak wisatawan enggan datang dan semakin berkurang jumlah wisatawanannya, sehingga konsep wisata halal perlu segera diterapkan di daerah ini, untuk memancing minat Negara tetangga yang mayoritas muslim untuk berkunjung dengan aman dan nyaman dengan konsep wisata halal.

Urgensi penelitian wisata halal ini menjadi penting , mengingat ke 13 daerah destinasi wisata halal ini memiliki perkembangan yang berbeda-beda bahkan ada yang belum bergerak sama sekali, yang kurang merespon hingga yang memiliki kenaikan jumlah kunjungan wisatawan yang sangat tinggi ketika menerapkan wisata halal di daerahnya. Untuk itu perlu dibuat sebuah model tersendiri bagaimana industri wisata halal ini dapat berjalan dengan baik, lancar dan sustainable. Potensi Indonesia yang cukup besar akan mampu mendukung industri wisata halal ini maju dan terus berkembang , sehingga model wisata halal ini nantinya akan memberikan solusi dan manfaat untuk meningkatkan pendapatan daerah dan Negara serta kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan , maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi internal dan eksternal wisata halal di daerah-daerah di Indonesia, seperti NTB, Bali, Sumut dan Aceh,?

2. Untuk mengetahui bagaimana penerapan wisata halal yang dilakukan selama ini , termasuk sertifikasi SDM dan Sertifikasi halal dan koordinasi antara stakeholder?
3. Untuk mengetahui bagaimana Model wisata halal *sustainable* yang sebaiknya diterapkan di Indonesia berdasarkan ANP?

BAGIAN II

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pengisian kuesioner dilakukan tertulis oleh narasumber.
2. Narasumber diharapkan melakukan pengisian kuesioner pada satu waktu secara tuntas, untuk menghindari inkonsistensi antar jawaban.
3. Jawaban merupakan pendapat pribadi masing-masing narasumber, sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan pendapat dengan narasumber lain ataupun dengan peneliti.
4. Narasumber dimohon untuk melakukan *pairwise comparison* (melakukan perbandingan tingkat kepentingan) pada kuesioner yang telah disiapkan dengan memilih skala penilaian numerik, yaitu pada kisaran angka 1 hingga 9, dimana :

Definition	Intensity of Importance	Explanation
<i>Equal Importance/</i> Sama besar pengaruhnya	1	Two activities contribute equally to the objective (dua kegiatan yang berkontribusi yang sama mencapai tujuan)
<i>Weak/ For compromises between the below values</i> Sedikit lebih besar pengaruhnya	2	
<i>Moderate importance/</i> Sedikit Lebih besar Pengaruhnya	3	Experience and judgment slightly favor one activity over another (Pengalaman dan penilaian sedikit lebih menyukai satu aktivitas daripada aktivitas lainnya)
<i>Moderate plus/ For compromises between the below values</i> Lebih pengaruhnya	4	Experience and judgment strongly favor one activity over another (Pengalaman dan penilaian yang kuat
<i>Strong importance/</i> Lebih besar Pengaruhnya	5	lebih menyukai satu aktivitas daripada aktivitas lainnya
<i>Strong Plus / For compromises between the below values</i> Sangat lebih besar pengaruhnya	6	An activity is favored very strongly over another, its dominance demonstrated in practice (Suatu kegiatan sangat disukai sangat atas yang lain, itu dominasi ditunjukkan dalam praktek
<i>Very strong or demonstrated importance/</i> Sangat Lebih besar pengaruhnya	7	
<i>Very, very strong/ For Compromises between the below values</i> Amat sangat Besar	8	The evidence favoring one activity over another is of the highest possible order of affirmation (Bukti mendukung satu aktivitas atas
<i>Extreme importance/</i>	9	

Amat sangat Lebih Besar pengaruhnya		yang lain adalah yang tertinggi kemungkinan urutan penegasan
-------------------------------------	--	--

Contoh Pengisian Kuesioner

Jika diekspresikan dalam bentuk pertanyaan, pengisian kuesioner dapat dinyatakan sebagai berikut.

1. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting Daerah destinasi wisata halal di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

Jawaban: (Seluruh kuesioner ini dijawab melalui checklist prioritas urutan terpenting di dalam urutan table/ satu baris satu checklist), seperti contoh di bawah ini/
Semua aspek-aspek di table daerah destinasi wisata halal ini yang terdiri dari Daya Tarik, SDM, Amenitas, Aksesibilitas, Teknologi (dalam arti semua aspek ini cukup penting untuk segi Daerah Destinasi Wisata Halal, oleh sebab itu Anda diminta untuk memberikan checklist prioritas urutan ke berapa aspek-aspek di table ini

DAERAH DESTINASI WISATA HALAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
DAYA-TARIK									✓
SDM								✓	
AMENITAS (fasilitas)							✓		
AKSESIBILITAS						✓			
TEKNOLOGI					✓				

Jawaban ini berarti daya tarik menjadi aspek yang paling penting diantara ke 5 aspek di atas, selanjutnya diikuti oleh aspek SD, Amenitas, aksesibilitas, dan teknologi. Namun jika jawaban Bapak/Ib memiliki urutan yang tidak berurut tidak masalah seperti contoh di bawah ini

DAERAH DESTINASI WISATA HALAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
DAYA-TARIK							✓		
SDM								✓	
AMENITAS (fasilitas)									✓
AKSESIBILITAS						✓			
TEKNOLOGI					✓				

Jika ini jawaban Bapak/Ibu berarti menurut Anda aspek amenitas paling penting dari yang lainnya, diikuti SDM, Daya tarik, aksesibilitas dan terakhir teknologi

Bapak/ibu bebas memilih jawaban yang mana yang paling prioritas di setiap kuesioner atau pertanyaan berikut ini

DATA RESPONDEN

1. Nama: -----

2. Pengalaman: ☐ <10 tahun ☐ >20 tahun
☐ 10 – 20 tahun

3. Pendidikan Terakhir:
☐ S1 ☐ Post Graduate (S2/S3)

4. Posisi: ☐ Pakar ☐ Praktisi ☐ Pengguna
☐ Regulator ☐ Lain-lain (sebutkan).....

5. Lama waktu bertugas/ berkecimpung dalam pengelolaan wisata halal:
☐ <5 tahun ☐ 10-15 tahun ☐ >20 tahun
☐ 5-10 tahun ☐ 15-20 tahun

ASAL INSTITUSI
POSISI

BAGIAN III

KUESIONER PENELITIAN SKALA ANP

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Sama Besar Pengaruhnya		Sedikit Lebih Besar Pengaruhnya	Lebih Besar Pengaruhnya		Sangat Lebih Besar Pengaruhnya		Amat Sangat Lebih Besar Pengaruhnya	

BAGIAN III

1. Jika dilihat dari segi wisata halal sustainable, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting destinasi wisata halal sustainable/ berkelanjutan di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya :

NO.	WISATA HALAL SUSTAIN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DAERAH DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

2. Jika dilihat dari segi Peraturan, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek- aspek penting regulasi di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	REGULASI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	PUSAT									
2	DAERAH									

3. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting Daerah destinasi wisata halal di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA-TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

4. Jika dilihat dari segi Masyarakat, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting dari Masyarakat di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MASYARAKAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASY .LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

5. Jika dilihat dari segi regulasi pusat menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting Peraturan Pusat di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	REGULASI PUSAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	SERTIFIKASI KOMPETENSI									
2	SERTIFIKASI HALAL									
3	PENYELENGGARAAN HALAL									
4	FASILITAS UTAMA									
5	FASILITAS PENDUKUNG									

	IBADAH									
--	--------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

6. Jika dilihat dari segi regulasi daerah, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting dalam Regulasi Daerah di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	REGULASI DAERAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	SERTIFIKASI HALAL									
2	PENGELOLAAN									
3	PEMBINAAN									
4	PENGAWASAN									
5	LITBANG									

7. Jika dilihat dari segi Daya Tarik menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting Daya Tarik di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAYA-TARIK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ALAM									
2	BUATAN									
3	BUDAYA									
4	EVENT									

8. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, aspek SDM menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting SDM di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: SDM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	SERTIFIKASI KOMPETENSI									
2	KINERJA									
3	SIKAP									

9. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, aspek Amenitas menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting Amenitas di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL : AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	AKOMODASI HALAL									
2	KULINER HALAL									
3	CINDERAMATA									
4	BIRO PERJALANAN HALAL									

10. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, aspek aksesibilitas menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting aksesibilitas di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL” AKSESIBILITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MODA TRANSPORTASI									
2	TERMINAL TRANSPORTASI									
3	RUTE /PETA PERJALANAN									

4	INFRASTRUKTUR JALAN									
---	---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

11. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, aspek teknologi menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting teknologi di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya ni

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: TEKNOLOGI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	FASILITAS INTERNET									
2	BISNIS BERBASIS IT									
3	HIBURAN BERBASIS IT									
4	MEDIA SOSIAL/homepage									

12. Jika dilihat dari segi Masyarakat, aspek masyarakat lokal menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting Masyarakat local di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MASYARAKAT: Masy LOKAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	SADAR WISATA									
2	SAPTA PESONA									
3	KEARIFAN LOKAL									

13. Jika dilihat dari segi Masyarakat, aspek tokoh masyarakat menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting Tokoh Masyarakatl di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhny

NO.	MASYARAKAT: TOKOH MASYARAKAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	EDUKASI WISATA HALAL									
2	PENELITIAN WISATA HALAL									
3	PENGEMBANGAN WISATA HALAL									
4	PENGAWASAN WISATA HALAL									

14. Jika dilihat dari segi Masyarakat, aspek media massa menurut Anda Urutkan ke 4 aspek- aspek penting media massa di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhny

NO.	MASYARAKAT: MEDIA MASSA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	INFORMASI									
2	KOMUNIKASI									
3	PROMOSI									
4	MEDIA CENTER									

1. Jika dilihat dari segi Regulasi pusat, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	REGULASI PUSAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DAERAH DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

2. Jika dilihat dari segi regulasi daerah menurut Anda Urutkan ke3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	REGULASI DAERAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

3. Jika dilihat dari segi Daerah Destinasi Wisata halal aspek daya tarik menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting daya tarik di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: DAYA TARIK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

4. Jika dilihat dari segi Daerah Destinasi wisata halal, aspek SDM menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting SDM di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: SDM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

5. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal, aspek emenitas menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting amenitas di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

6. Jika dilihat dari segi Daerah Destinasi wisata hal, aspek aksesibilitas menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek aksesibilitas di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: AKSESIBILITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

7. Jika dilihat dari segi Daerah destinasi wisata halal , aspek teknologi menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting teknologi di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	DAERAH DESTINASI WISATA HALAL: TEKNOLOGI	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

8. Jika dilihat dari segi Masyarakat , aspek masyarakat local menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting media massa di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MASYARAKAT: Masy LOKAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

9. Jika dilihat dari segi Masyarakat, aspek tokoh masyarakat menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting tokoh masyarakat di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MASYARAKAT: TOKOH MASYARAKAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

10. Jika dilihat dari segi Masyarakat, aspek media massa menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting media massa di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MASYARAKAT: MEDIA MASSA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI									
2	DESTINASI WISATA									
3	MASYARAKAT									

1. Jika dilihat dari segi Sertifikasi Kompetensi-regulasi pusat, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek-aspek penting Sertifikasi Kompetensi di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SERTIFIKASI KOMPETENSI: REGULASI PUSAT :	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

2. Jika dilihat dari segi Sertifikasi Halal-regulasi pusat, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek-aspek penting sertifikasi halal di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SERTIFIKASI HALAL : REGULASI PUSAT :	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

3. Jika dilihat dari segi aspek penyelenggaraan wisata halal Regulasi Pusat, Menurut Anda Urutkan ke dua aspek-aspek penting penyelenggaraan wisata halal di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	:PENYELANGGARAAN HALAL REGULASI PUSAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

4. Jika dilihat dari segi Fasilitas utama Regulasi Pusat : menurut Anda Urutkan ke 2 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	:FASILITAS UTAMA REGULASI PUSAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

5. Jika dilihat dari segi Fasilitas Pendukung-regulasi pusat, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	FASILITAS PENDUKUNG REGULASI PUSAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

6. Jika dilihat dari Sertifikasi Halal-regulasi daerah menurut Anda Urutkan ke 2 aspek-aspek penting di daerah di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SERTIFIKASI HALAL- REGULASI DAERAH	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

7. Jika dilihat dari segi pengelolaan, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PENGELOLAAN-regulasi daerah	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

8. Jika dilihat dari segi pembinaan-regulasi daerah, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PEMBINAAN- Regulasi Daerah	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

9. Jika dilihat dari segi pengawasan-regulasi daerah, menurut Anda Urutkan ke 2 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PENGAWASAN—Regulasi Daerah	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

10. Jika dilihat dari segi Litbang –regulasi daerah menurut Anda Urutkan ke 2 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	LITBANG-regulasi daerah	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	REGULASI PUSAT									
2	REGULASI DAERAH									

11. Jika dilihat dari segi Kondisi Alam –Daya tarik-menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	ALAM – DAYA TARIK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

12. Jika dilihat dari segi kondisi buatan- daya tarik, menurut Anda Urutkan ke .5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	BUATAN-DAYA TARIK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	PEMASARAN									

13. Jika dilihat dari segi budaya – daya tarik, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	BUDAYA –DAYA TARIK	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

14. Jika dilihat dari segi event –daya tarik , menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	EVENT- Daya Tarik	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

15. Jika dilihat dari segi Sertifikasi Kompetensi –SDM menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SERTIFIKASI KOMPETENSI-SDM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

16. jika dilihat dari segi Kinerja-SDM, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	KINERJA-SDM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

17. Jika dilihat dari segi sikap – SDM menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting media massa di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SIKAP -SDM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

18. Jika dilihat dari segi Akomodasi sebagai amenities, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting akomodasi di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	AKOMODASI HALAL-AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

19. Jika dilihat dari segi kuliner sebagai amenities, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	KULINER HALAL-AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

20. Jika dilihat dari segi cenderamata sebagai amenities, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	CINDERAMATA -AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

21. Jika dilihat dari Biro Perjalanan halal- sebagai Amenitas, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting biro perjalanan halal di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	BIRO PERJALANAN HALAL-AMENITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

22. Jika dilihat dari segi moda transportasi –sebagai aksesbilita, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhny

1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

23. Jika dilihat dari segi terminal transportasi- sebagai aksesbilitas, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	TERMINAL TRANSPORTASI- AKSESBILITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

24. Jika dilihat dari rute transportasi sebagai aksesbilitas, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	RUTE TRANSPORTASI- AKSESBILITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

25. Jika dilihat dari segi infrstrukturur sebagai aksesbilitas, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhny

NO.	INFRASTRUKTUR – AKSESBILITAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

26. Jika dilihat dari segi Fasilitas internet- Teknologi, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	FASILITAS INTERNET- Teknologi	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

27. Jika dilihat dari bisnis berbasis IT -teknologi, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	BISNIS BERBASIS IT- Teknologi	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

28. Jika dilihat dari hiburan berbasis IT - Teknologi, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek-aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	HIBURAN BERBASIS IT- Teknologi	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

29. Jika dilihat dari media social teknologi, menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MEDIA SOSIAL- teknologi	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	DAYA TARIK									
2	SDM									
3	AMENITAS									
4	AKSEBILITAS									
5	TEKNOLOGI									

30. Jika dilihat dari segi sadar wisata- oleh masyarakat local menurut Anda Urutkan ke 5 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SADAR WISATA- Masyarakat Lokal	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

31. Jika dilihat dari segi sapta pesona-oleh masyarakat local menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	SAPTA PESONA-Masyarakat Lokal	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

32. Jika dilihat dari segi kearifan local –oleh masyarakat, Menurut Anda Urutkan ke 3 aspek-aspek halal sesuai kearifan local apakah kepentingan dan pengaruhnya

NO.	KEARIFAN LOKAL-Masyarakat Lokal	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

33. Jika dilihat dari edukasi –oleh tokoh masyarakat/intelektual/akademisi/tokoh budaya dll yang .. menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai dengan tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	EDUKASI-Tokoh Masyarakat	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

34. Jika dilihat dari segi penelitian wisata halal –Tokoh Masyarakat/Intelektual/akademisi/tokoh budaya, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PENELITIAN wisata halal- Tokoh MASARAKAT	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Masyarakat LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

35. Jika dilihat dari segi pengembangan wisata halal- oleh Tokoh masyarakat/intelektual/tokoh budaya/, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PENGEMBANGAN WISATAHALAL-Tokoh Masyarakat	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

36. Jika dilihat dari segi pengawasan-oleh tokoh masyarakat/intelektual/ akademisi/tokoh budaya, menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PENGAWASAN WISATA HALAL - Tokoh Masyarakat	1	2	3	4	5	6
1	MASYARAKAT LOKAL						
2	TOKOH MASYARAKAT						
3	MEDIA MASSA						

7. Jika dilihat dari segi informasi oleh Media massa , menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya:

NO.	INFORMASI-Media Massa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

38. Jika dilihat dari segi komunikasi,-oleh media massa menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	KOMUNIKASI- Media Massa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

39. Jika dilihat dari segi promosi-media massa menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	PROMOSI-media massa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

40. Jika dilihat dari segi media center, media massa menurut Anda Urutkan ke 3 aspek- aspek penting di bawah ini yang sesuai tingkat kepentingan dan pengaruhnya

NO.	MEDIA CENTER-Media massa	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	MASYARAKAT LOKAL									
2	TOKOH MASYARAKAT									
3	MEDIA MASSA									

KATEGORI-ID	LAMA	STRATA
PRAKTISI-1	2	N/A
PRAKTISI-2	5	S2
PRAKTISI-3	40	S1
PRAKTISI-4	15	S1
MASYARAKAT-1	20	S2
MASYARAKAT-2	3	S1
MASYARAKAT-3	41	S1
AUDITOR-1	10	S1
AUDITOR-2	N/A	N/A
AUDITOR-3	4	S2
REGULATOR-1	10	S2
REGULATOR-2	N/A	S1
REGULATOR-3	2	S3
REGULATOR-4	3	S1
AKADEMISI-1	20	S2
AKADEMISI-2	25	S2
AUDITOR-4	5	S2
AUDITOR-5	3	S1

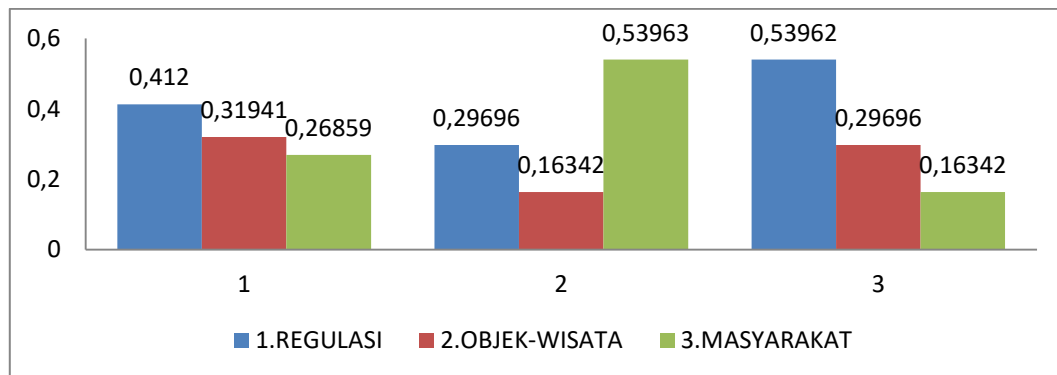
PEKERJAAAN
MANAJER PERSONALIA
GM KYRIAD ID
GM Aston Kuta Hotel & Residence
LOVELY HOLIDAYS
Pemberdayaan Masyarakat dan Peningkatan Peran Perempuan RINJANI
Wiraswasta
PNS
Auditor Halal dan Kasubbid Pembinaan LPPOM MUI Daerah
LPPOM MUI SUMUT
Kepala Seksi Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah
DISPAR SUMUT
PNS DISPAR NTB
KEPALA BIDANG PEMASARAN DI DINAS PARIWISATA PROV.BALI
ASN
Dosen STP Bandung
Dosen STP Bandung
Sekretaris LPPOM MPU Aceh
Direktur LPPOM MUI NTB

Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable

1. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable Berdasarkan Daerah

a. Nusa Tenggara Barat

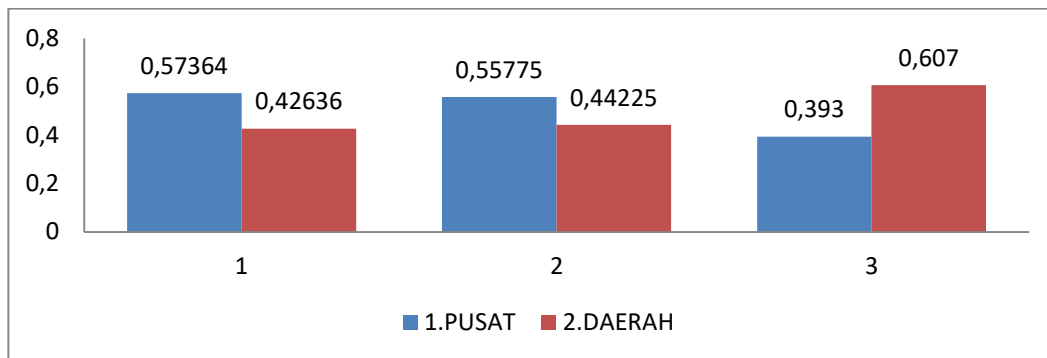
Berdasarkan hasil analisis jawaban kuesioner ANP yang telah diberikan kepada informan dan ada 3 kategori informan yang memberikan jawaban, di bawah ini kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:



Gambar 4.1
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa dalam Aspek Model wisata halal adalah:

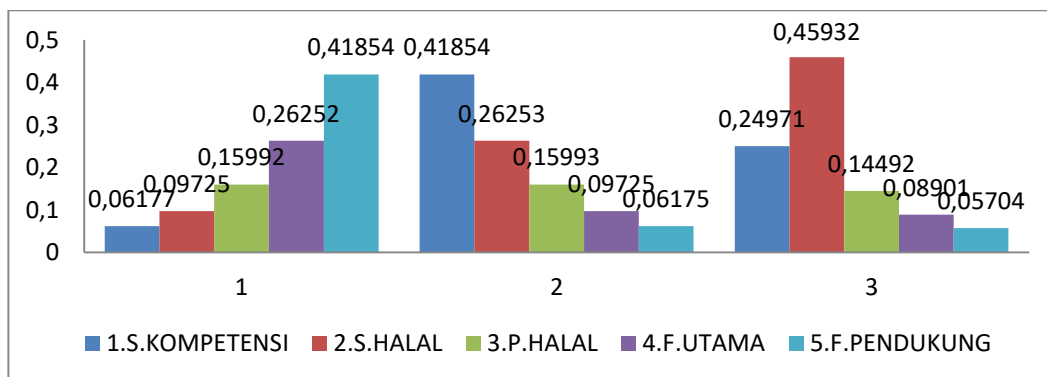
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,41 kedua adalah aspek objek wisata sebesar 0,32 dan prioritas ketiga adalah aspek masyarakat sebesar 0,26859
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek masyarakat sebesar 0,54, kedua adalah aspek regulasi sebesar 0,3, dan ketiga adalah aspek objek wisata sebesar 0,16
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,54, kedua adalah aspek regulasi sebesar 0,3, dan ketiga adalah aspek objek wisata sebesar 0,16



Gambar 4.2
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam Model wisata adalah :

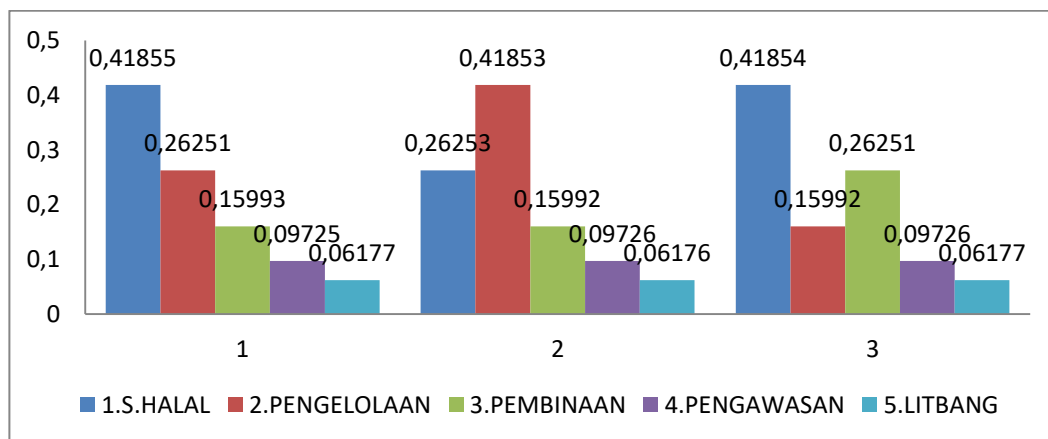
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,56 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,44.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,39 dan kedua adalah aspek Daerah sebesar 0,61.



Gambar 4.3
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 3 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

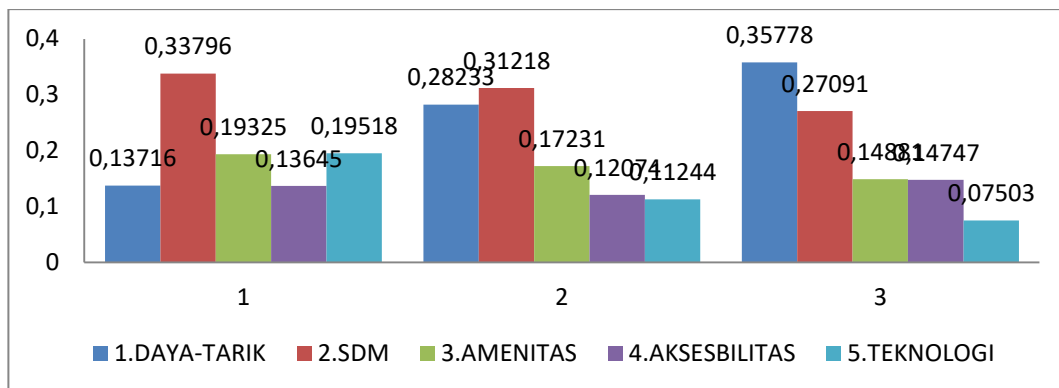
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,1, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat aspek F. Utama 0,26 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,42.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,42, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,25, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,46, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,14, keempat aspek F. Utama 0,09 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06.



Gambar 4.4
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.4 diatas terlihat bahwa untuk daerah Nusat Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi daerah dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,16, keempat adalah aspek Pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Halal sebesar 0,26, kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,42, ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,16, keempat adalah aspek Pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,26, keempat adalah aspek Pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06.

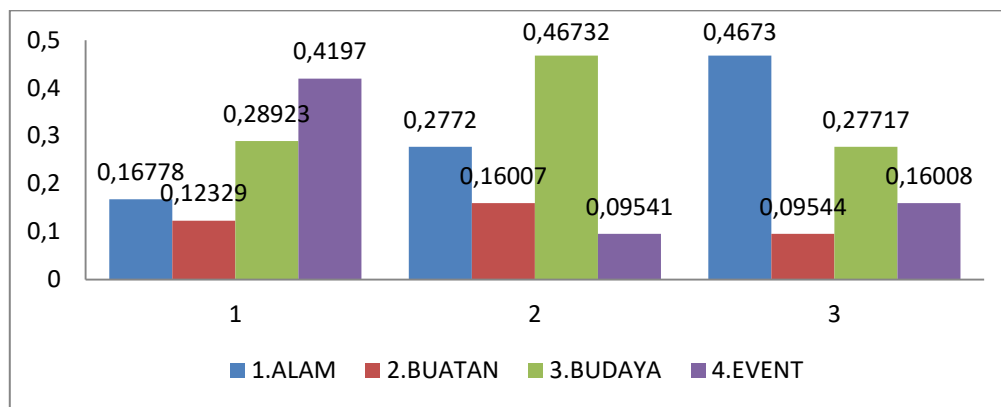


Gambar 4.5
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 5 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah:

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Daya Tarik sebesar 0,14, kedua adalah aspek SDM sebesar 0,34, ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,19, keempat adalah aspek Aksebilitas sebesar 0,14 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,2.

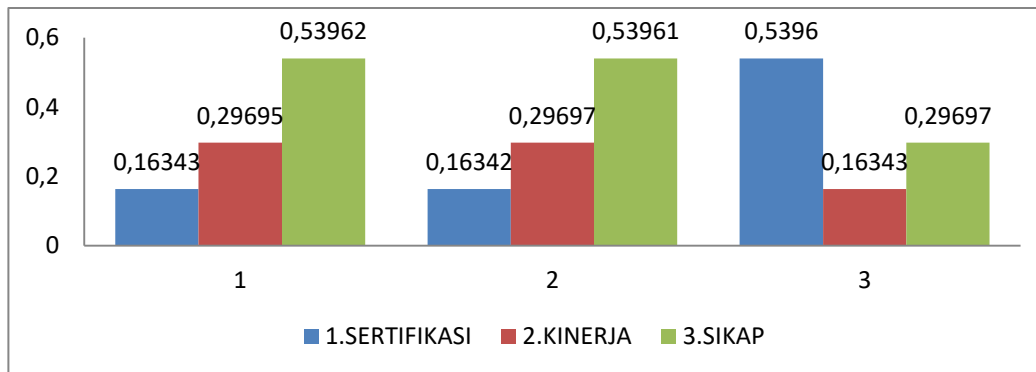
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Daya Tarik sebesar 0,28, kedua adalah aspek SDM sebesar 0,31, ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,17, keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,12 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,11.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Daya Tarik sebesar 0,357, kedua adalah aspek SDM sebesar 0,27, ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,15, keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,15 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,08.



Gambar 4.6
Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek daya tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,2, kedua adalah aspek Buatan sebesar 0,12, ketiga adalah aspek Budaya sebesar 0,29 dan keempat adalah aspek Event sebesar 0,42.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,28, kedua adalah aspek Buatan sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Budaya sebesar 0,47 dan keempat adalah aspek Event sebesar 0,1.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah aspek Buatan sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Budaya sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek Event sebesar 0,16.

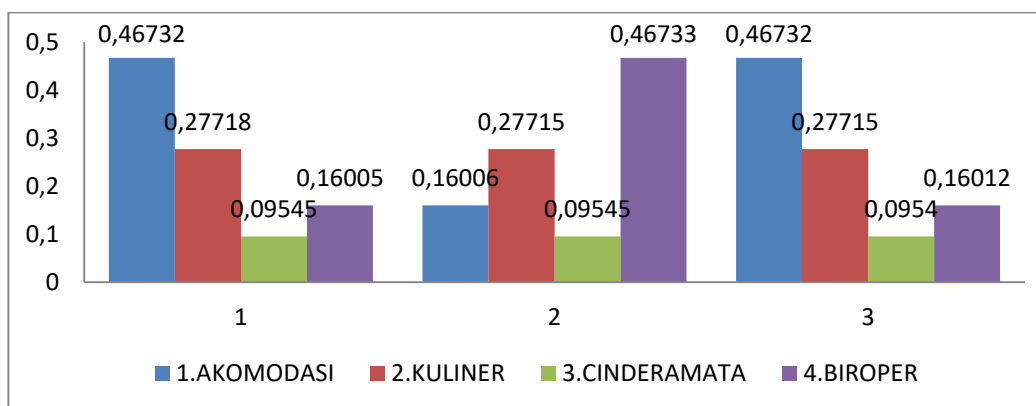


Gambar 4.7

Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.7 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa faktor sumber daya manusia suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Sertifikasi sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,54.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Sertifikasi sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,54.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Sertifikasi sebesar 0,54, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,3.

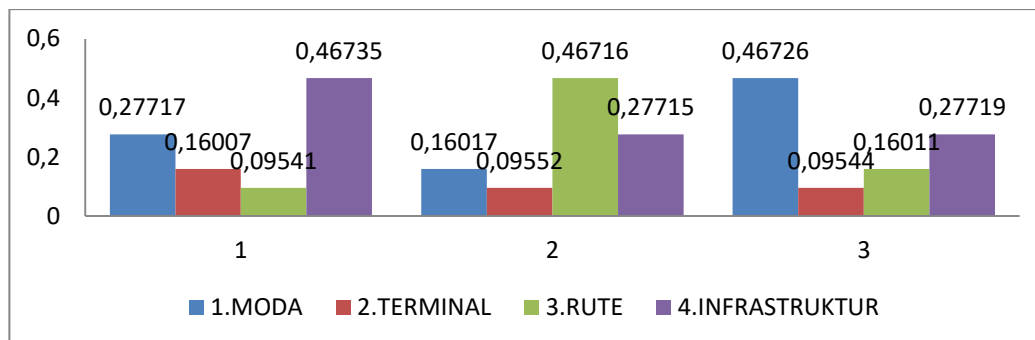


Gambar 4.8

Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.8 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu daya tarik destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Akomodasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah aspek Cinderamata sebesar 0,1 dan keempat adalah aspek Biroper sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Akomodasi sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah aspek Cinderamata sebesar 0,1 dan keempat adalah aspek Biroper sebesar 0,47.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Akomodasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah aspek Cinderamata sebesar 0,1 dan keempat adalah aspek Biroper sebesar 0,16.

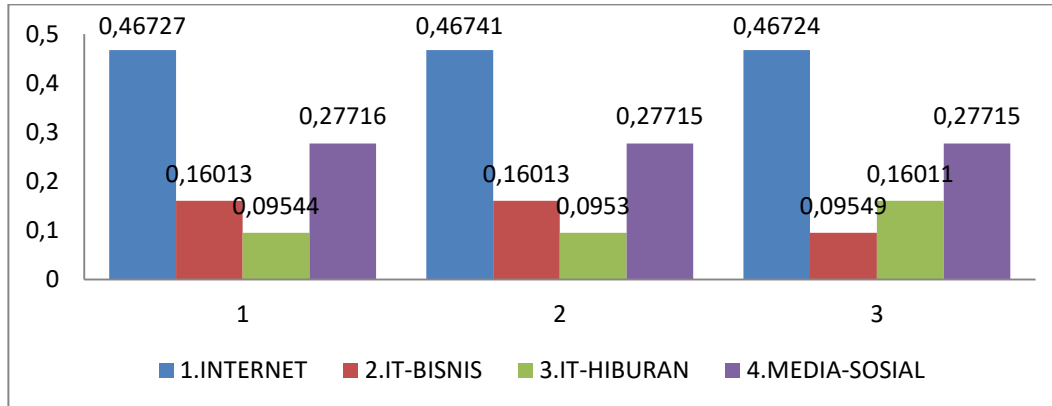


Gambar 4.9
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.9 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu daya tarik destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Moda sebesar 0,28, kedua adalah aspek Terminal sebesar 0,16007, ketiga adalah aspek Rute sebesar 0,11 dan prioritas keempat adalah aspek Infrastruktur sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Moda sebesar 0,167, kedua adalah aspek Terminal sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Rute sebesar 0,46716 dan prioritas keempat adalah aspek Infrastruktur sebesar 0,28.

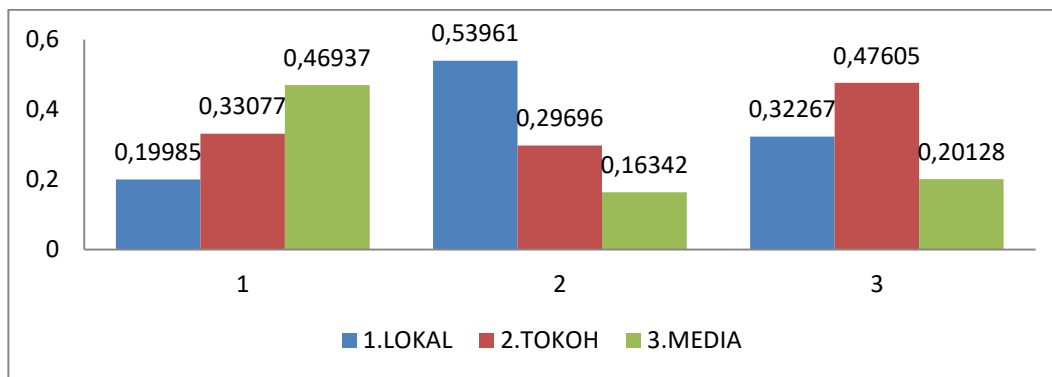
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Moda sebesar 0,46726, kedua adalah aspek Terminal sebesar 0,14, ketiga adalah aspek Rute sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah aspek Infrastruktur sebesar 0,28.



Gambar 4.10
Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.10 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

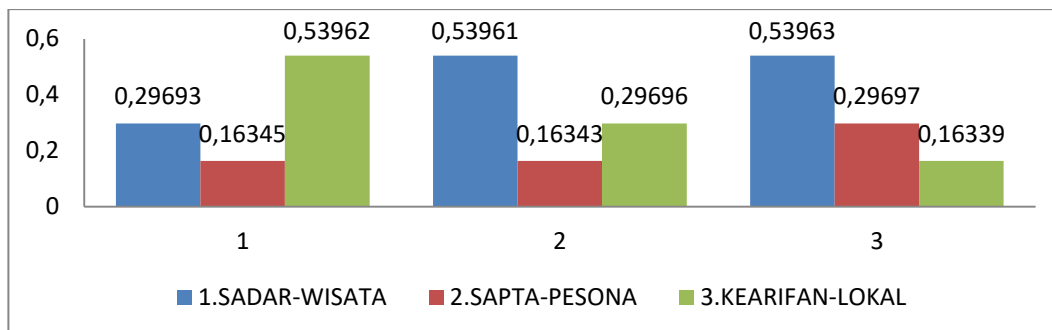
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Internet sebesar 0,47, kedua adalah aspek IT – Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah aspek IT – Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah aspek Media Sosial sebesar 0,28.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Internet sebesar 0,47, kedua adalah aspek IT – Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah aspek IT – Hiburan sebesar 0,0953 dan prioritas keempat adalah aspek Media Sosial sebesar 0,28.
- 3) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Internet sebesar 0,47, kedua adalah aspek IT – Bisnis sebesar 0,1, ketiga adalah aspek IT – Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah aspek Media Sosial sebesar 0,28.



Gambar 4.11
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.11 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

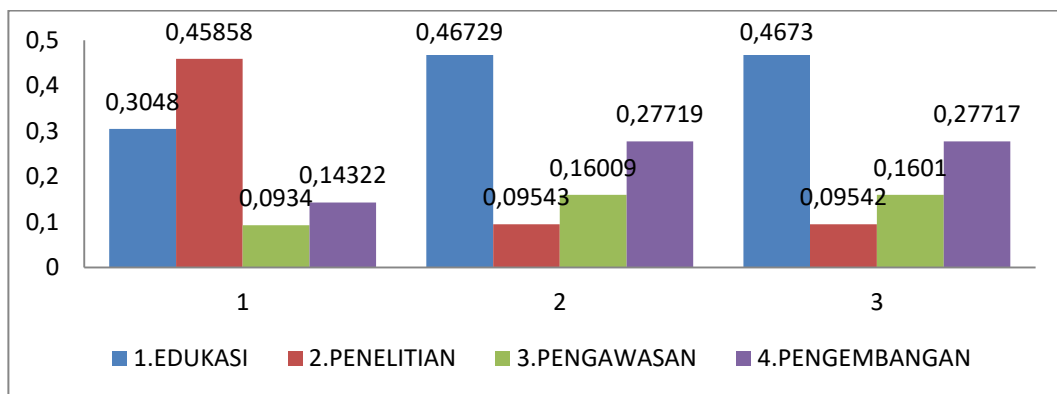
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Lokal sebesar 0,2, kedua adalah aspek Tokoh 0,33 dan ketiga adalah aspek Media sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Lokal sebesar 0,54, kedua adalah aspek Tokoh 0,3 dan ketiga adalah aspek Media sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Lokal sebesar 0,32, kedua adalah aspek Tokoh 0,48 dan ketiga adalah aspek Media sebesar 0,2.



Gambar 4.12
Prioritas Aspek Masyarakat Lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.12 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-Wisata sebesar 0,3, kedua adalah aspek Sapta-Pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Kearifan-Lokal sebesar 0,54.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-Wisata sebesar 0,54, kedua adalah aspek Sapta-Pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Kearifan-Lokal sebesar 0,3.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-Wisata sebesar 0,54, kedua adalah aspek Sapta-Pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek Kearifan-Lokal sebesar 0,16.

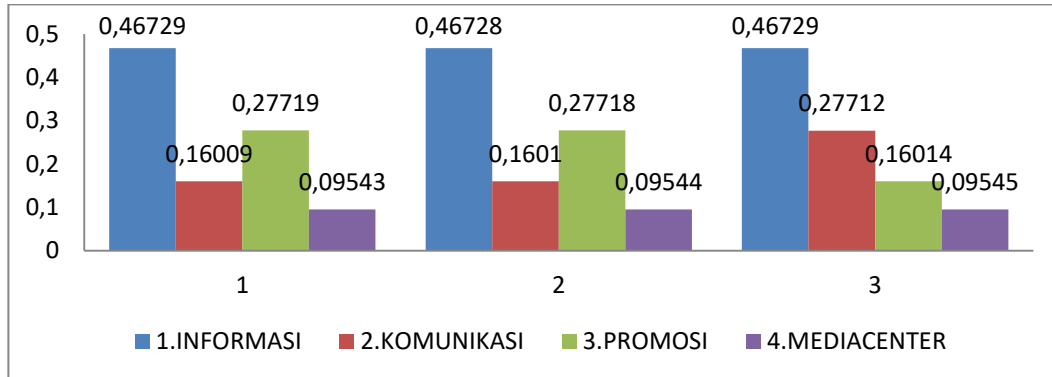


Gambar 4.13
Prioritas Aspek Tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.13 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Edukasi sebesar 0, 3, kedua adalah aspek Penelitian sebesar 0,46, ketiga adalah aspek Pengawasan sebesar 0,09 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,14.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Edukasi sebesar 0, 47, kedua adalah aspek Penelitian sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,28.

- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Edukasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Penelitian sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,28.

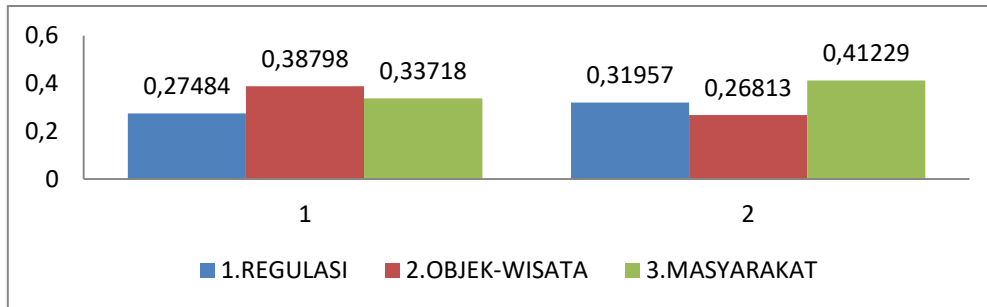


Gambar 4.14
Prioritas Aspek Media dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Nusa Tenggara Barat

Berdasarkan Gambar 4.14 di atas terlihat bahwa untuk daerah Nusa Tenggara Barat, para informan memprioritaskan bahwa Aspek media dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Informasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Komunikasi sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Promosi sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,1.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Informasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Komunikasi sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Promosi sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,1.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Informasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah aspek Promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,1.

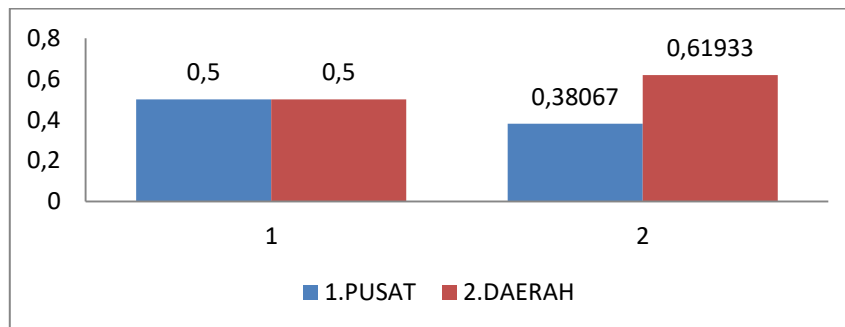
b. Daerah Aceh



Gambar 4.15
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.15 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa dalam faktor Model wisata halal adalah

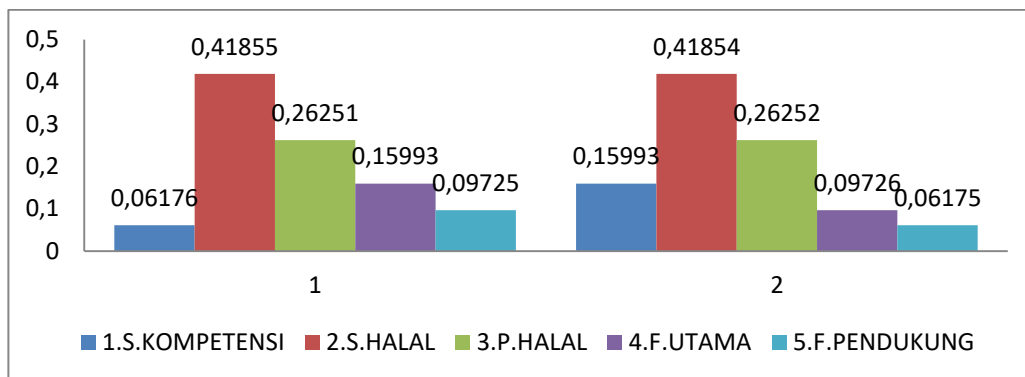
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,27 kedua adalah aspek Aspek Objek Wisata sebesar 0,38798 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,34.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,32 kedua adalah aspek Aspek Objek Wisata sebesar 0,27 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,41.



Gambar 4.16
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.16 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi dalam Model wisata halal adalah:

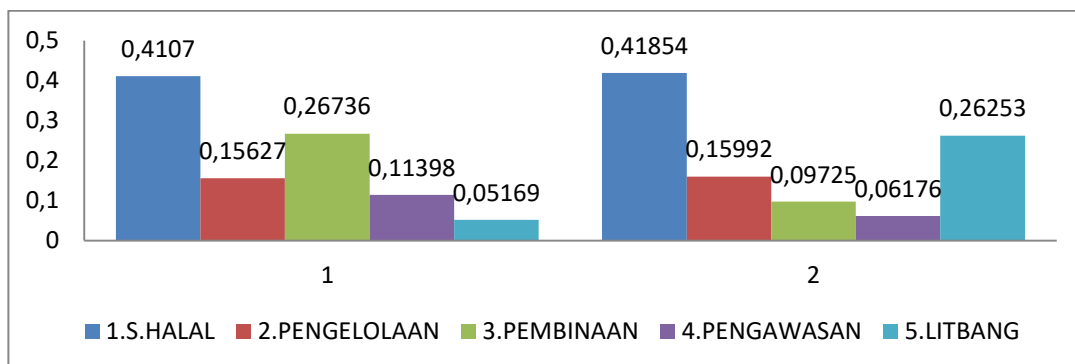
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,5.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,38067 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,61933



Gambar 4.17
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.17 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

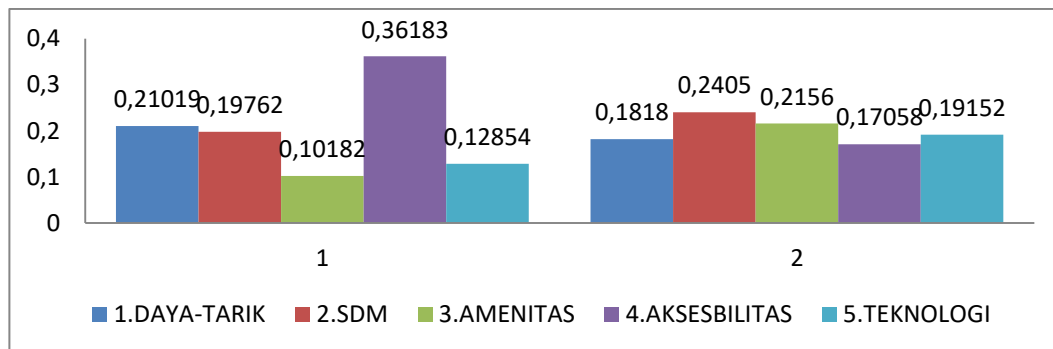
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,07, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat aspek F. Utama 0,16 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,1.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Kompetensi sebesar 0,16, kedua adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, ketiga adalah aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah aspek F. Pendukung sebesar 0,06.



Gambar 4.18
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Pengembangan Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.18 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi daerah dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek S. Halal sebesar 0,41, kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,26, keempat adalah aspek Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,05.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,1, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,06 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,26.

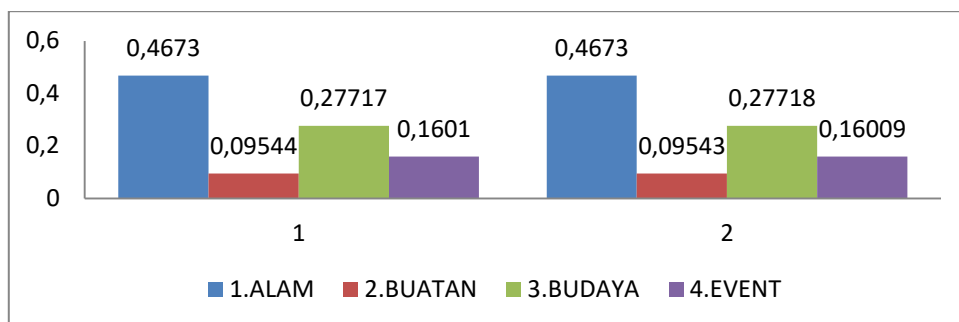


Gambar 4.19
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.19 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Daya Tarik sebesar 0,21, kedua adalah aspek SDM sebesar 0,2, ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,1, keempat adalah aspek Aksebilitas sebesar 0,36 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,12854.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Daya Tarik sebesar 0,18, kedua adalah aspek SDM sebesar 0,24, ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,21,

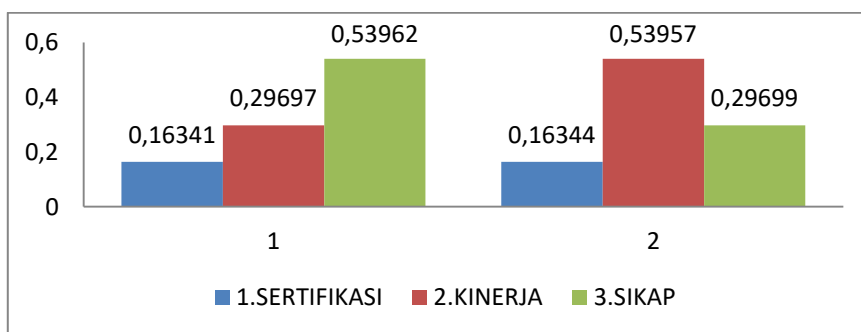
keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,17 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,19.



Gambar 4.20
Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.20 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor daya tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

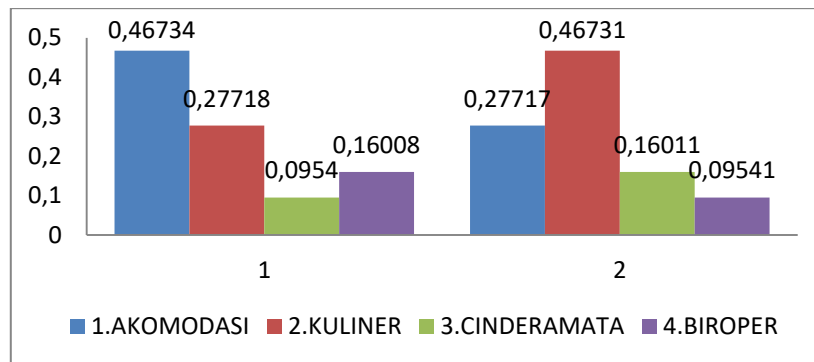
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah aspek Buatan sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Budaya sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek Event sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah aspek Buatan sebesar 0,1, ketiga adalah aspek Budaya sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek Event sebesar 0,16.H



Gambar 4.21
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.21 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

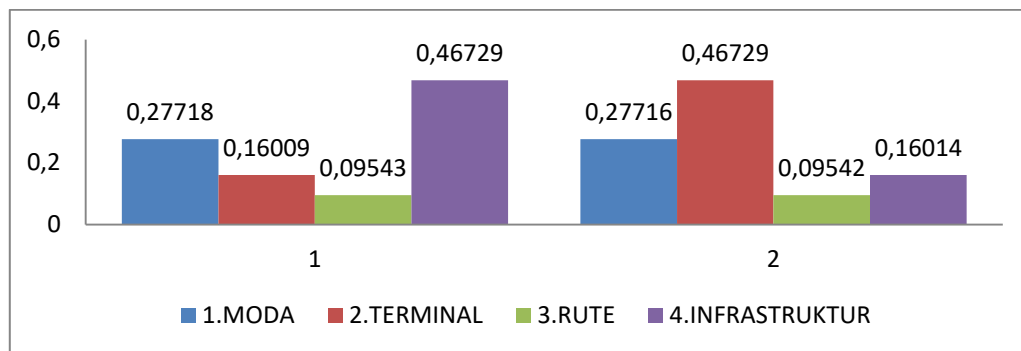
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Sertifikasi sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,54.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Sertifikasi sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,54 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,3.



Gambar 4.22
Prioritas Fakto Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.22 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek amenitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

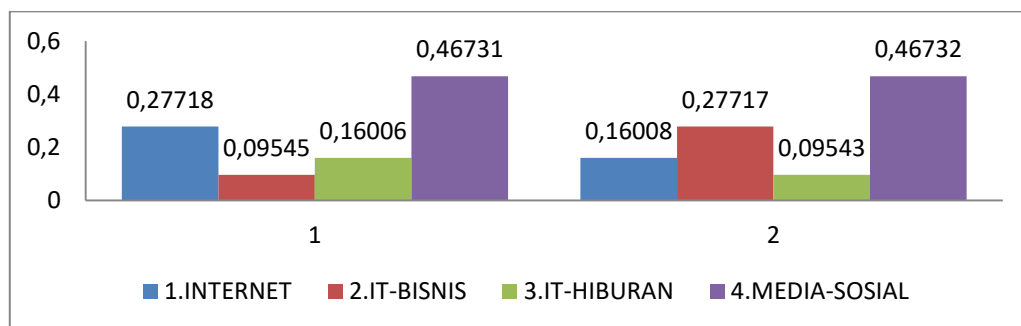
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Akomodasi sebesar 0,47, kedua adalah aspek Kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah aspek Cinderamata sebesar 0,1 dan keempat adalah aspek Biroper sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Akomodasi sebesar 0,27, kedua adalah aspek Kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah aspek Cinderamata sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek Biroper sebesar 0,1.



Gambar 4.23
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.23 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

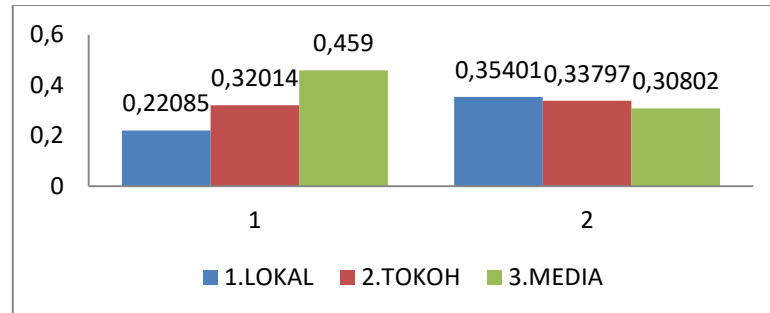
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Moda sebesar 0,28, kedua adalah aspek Terminal sebesar 0,16, ketiga adalah aspek Rute sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah aspek Infrastruktur sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Moda sebesar 0,28, kedua adalah aspek Terminal sebesar 0,47, ketiga adalah aspek Rute sebesar 0,09 dan prioritas keempat adalah aspek Infrastruktur sebesar 0,16.



Gambar 4.24
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.24 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

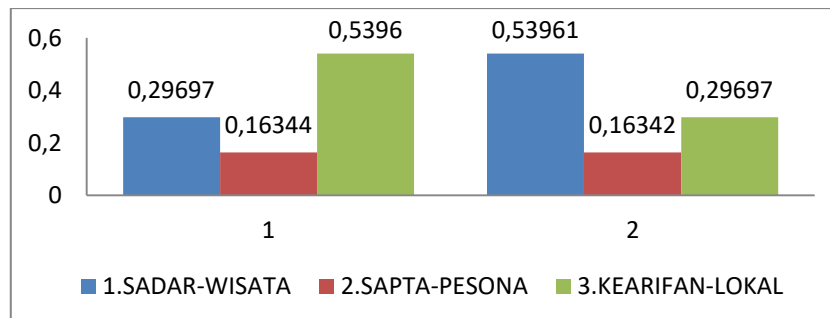
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Internet sebesar 0,28, kedua adalah aspek IT – Bisnis sebesar 0,1, ketiga adalah aspek IT – Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Internet sebesar 0,16, kedua adalah aspek IT – Bisnis sebesar 0,28, ketiga adalah aspek IT – Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,47.



Gambar 4.25
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.25 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

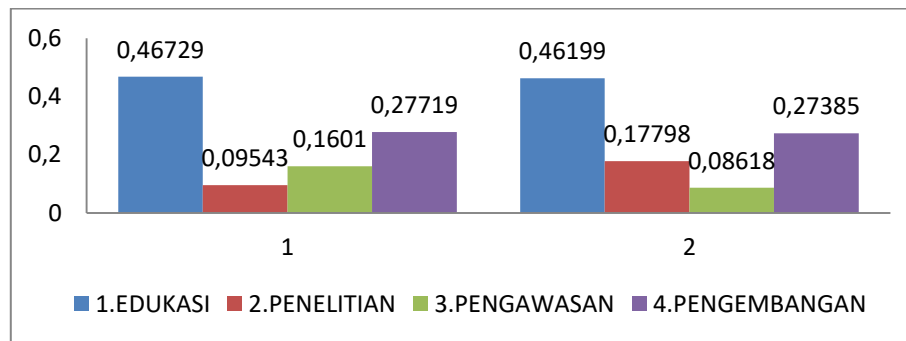
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Lokal sebesar 0,22, kedua adalah Aspek tokoh 0,32 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,46.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Lokal sebesar 0,35, kedua adalah Aspek tokoh 0,34 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,31.



Gambar 4.26
Prioritas Aspek Masyarakat Lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.26 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor masyarakat lokal dalam Model wisata halal adalah :

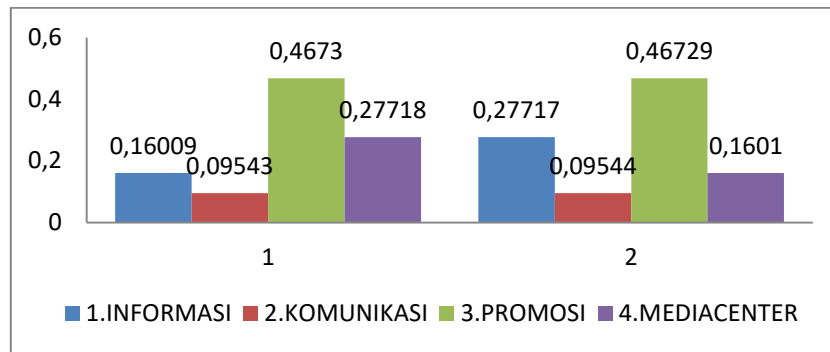
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-Wisata sebesar 0,3, kedua adalah aspek Sapta-Pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Kearifan-Lokal sebesar 0,54.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-Wisata sebesar 0,54, kedua adalah aspek Sapta-Pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Kearifan-Lokal sebesar 0,3.



Gambar 4.27
Prioritas Aspek Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal
Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.27 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor tokoh masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0, 47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,28.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0, 46, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,18, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,09 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,27.

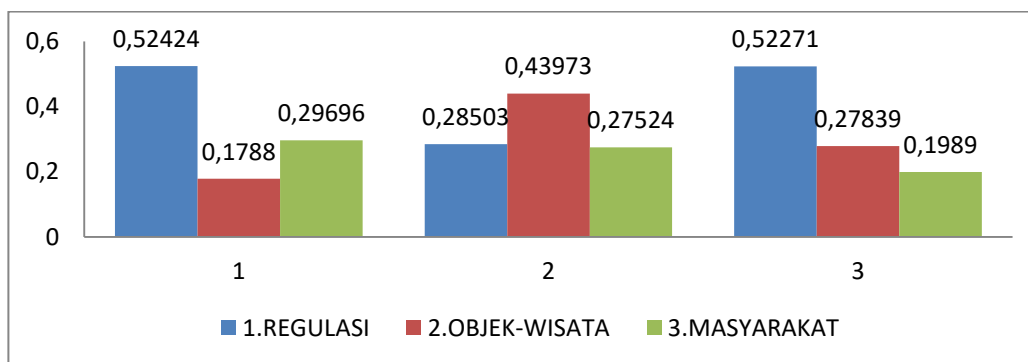


Gambar 4.28
Prioritas Aspek Aspek media Massa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Aceh

Berdasarkan Gambar 4.28 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa faktor aspek media massa dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,28.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,16.

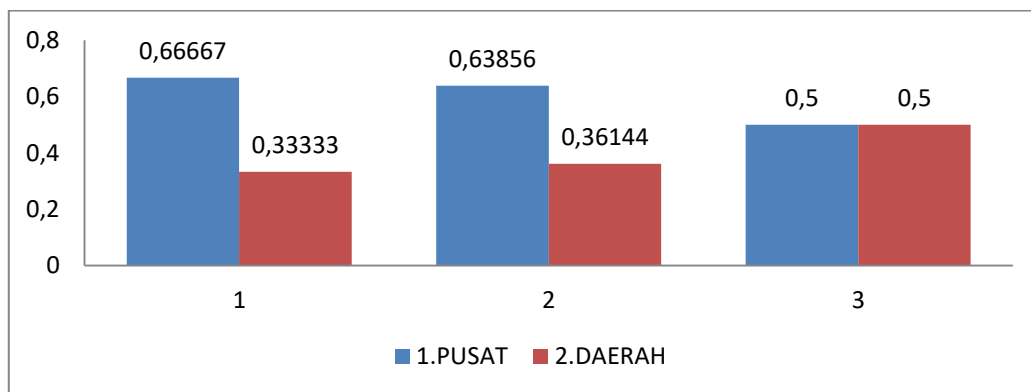
c. erah Bali



Gambar 4.29
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.29 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Model wisata halal adalah :

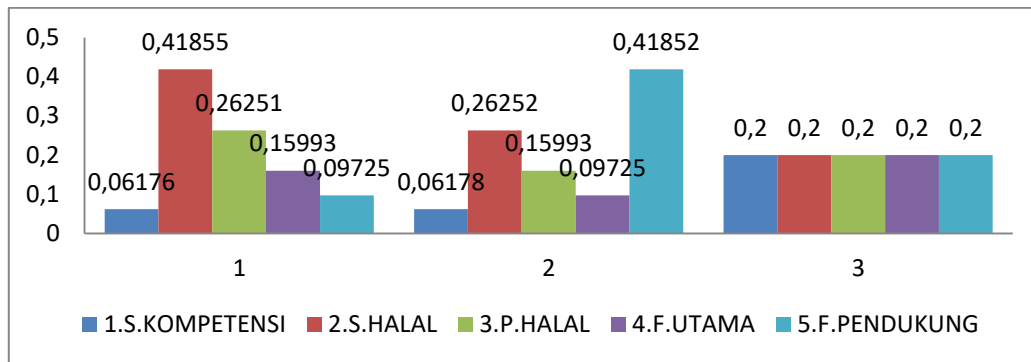
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,18 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,3.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,29 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,44 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,28.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,28 dan prioritas ketiga adalah aspek Masyarakat sebesar 0,2.



Gambar 4.30
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.30 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi dalam Model wisata halal adalah :

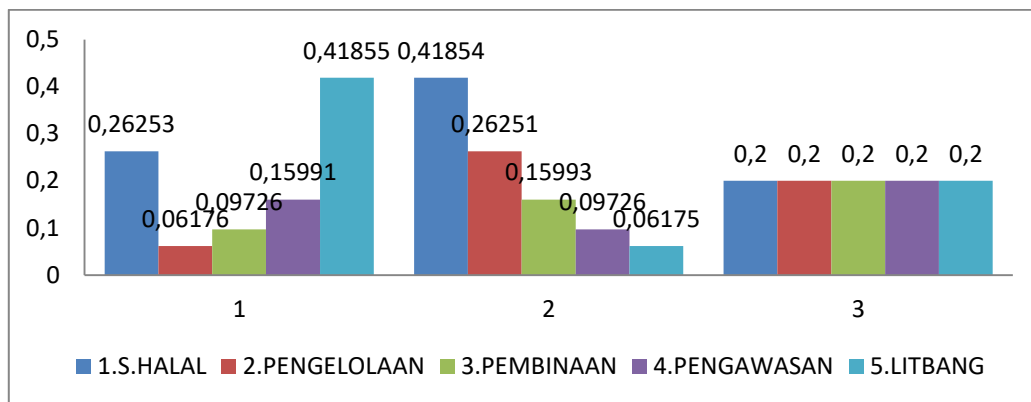
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,67 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,33.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,36.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan prioritas kedua adalah aspek Daerah 0,5.



Gambar 4.31
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.31 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

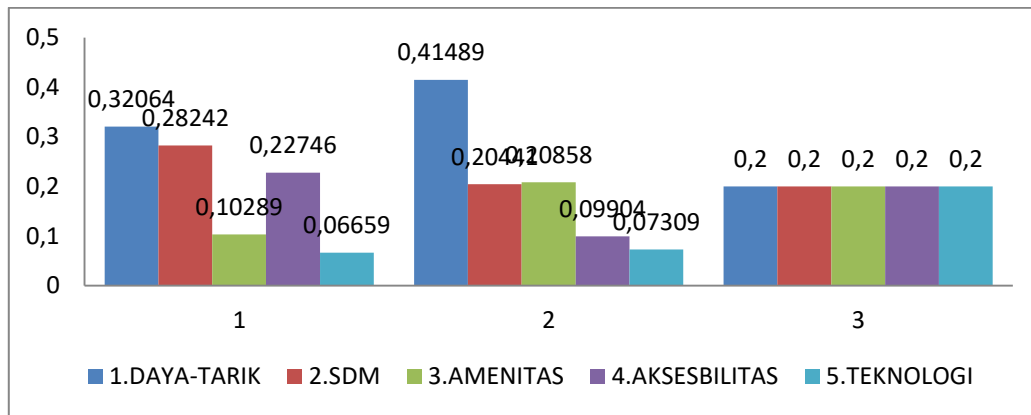
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,41, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,26, keempat Aspek F. Utama 0,16 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,1.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat Aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,42.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,2, keempat Aspek F. Utama 0,2 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2.



Gambar 4.32
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.32 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah Model wisata halal adalah:

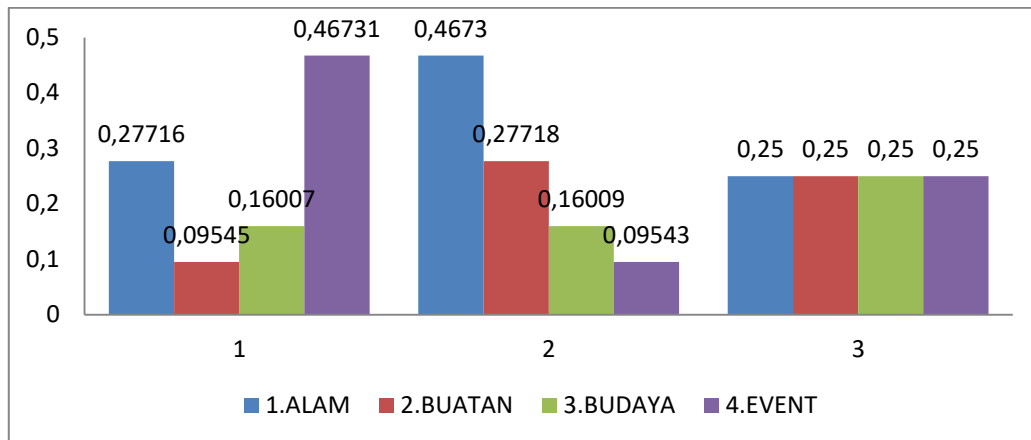
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,26, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,06, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,1, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,42.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,16, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,2, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,2, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,2 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,2.



Gambar 4.33
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.33 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

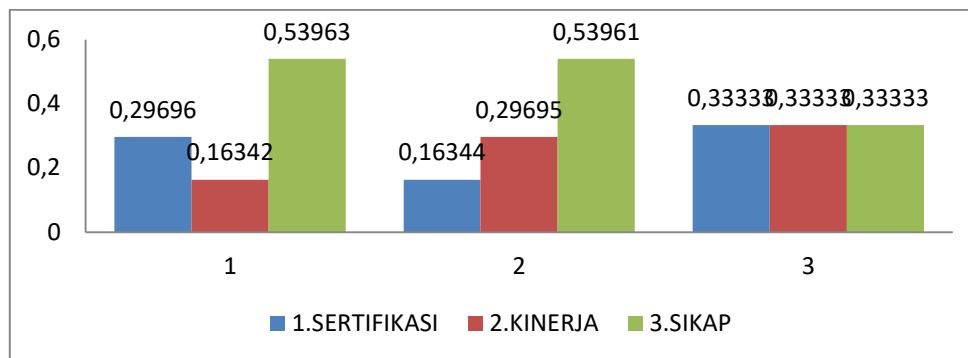
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,32, kedua adalah SDM sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,22, keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,07.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,41, kedua adalah SDM sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,21, keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,07.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,2, kedua adalah SDM sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,2, keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,2 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,2.



Gambar 4.34
Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.34 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

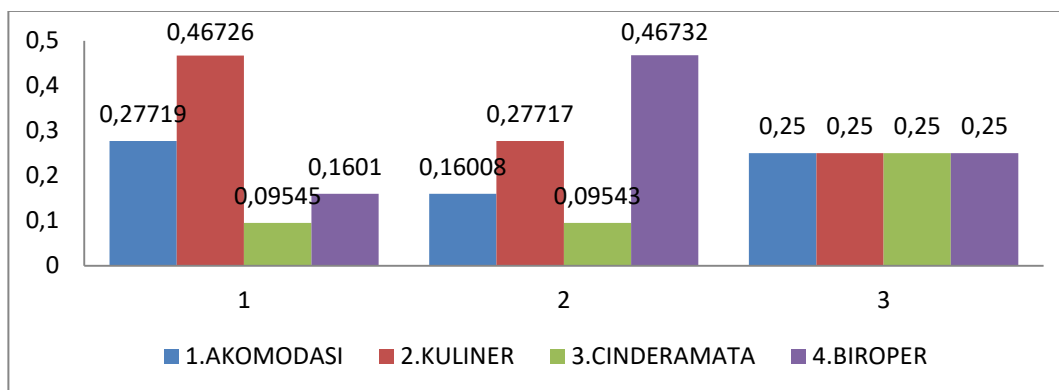
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,28, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,16 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,16 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,1.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,25, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,25 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,25.



Gambar 4.35
Prioritas Aspek Sumber Daya Alam Suatu Destinasi Wisata dalam Model
Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.35 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor sumber daya alam suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

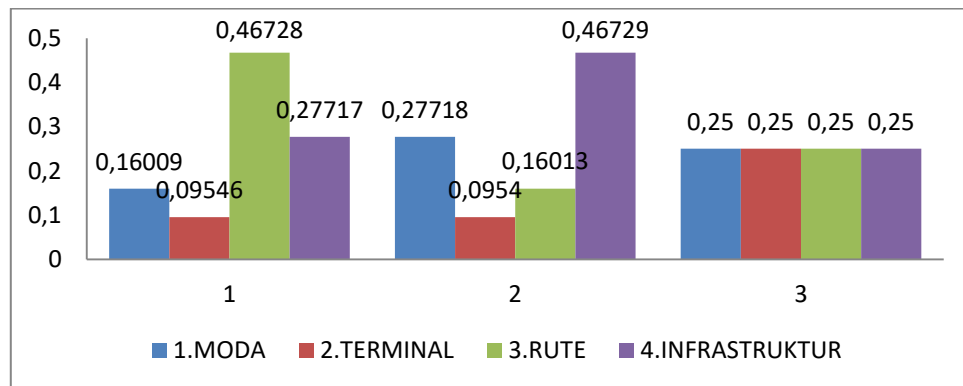
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek Sikap sebesar 0,54, kedua adalah event sebesar 0,3 dan ketiga adalah Kinerja sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek Sikap sebesar 0,54, kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan ketiga adalah event sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek event sebesar 0,33, kedua adalah Kinerja sebesar 0,33 dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,33.



Gambar 4.36
Prioritas Aspek Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal
Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.36 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Amenitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,1 dan keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek biroper sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek kuliner sebesar 0,28 dan keempat adalah Aspek cinderamata sebesar 0,1.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,25 dan keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,25.

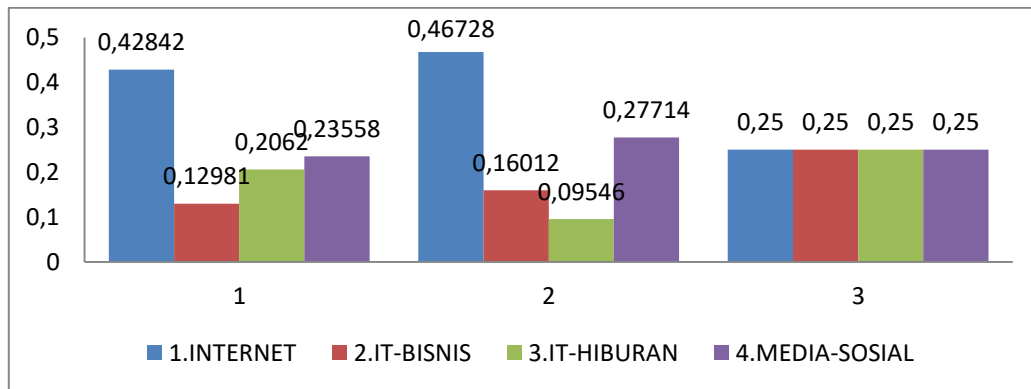


Gambar 4.37

Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.37 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

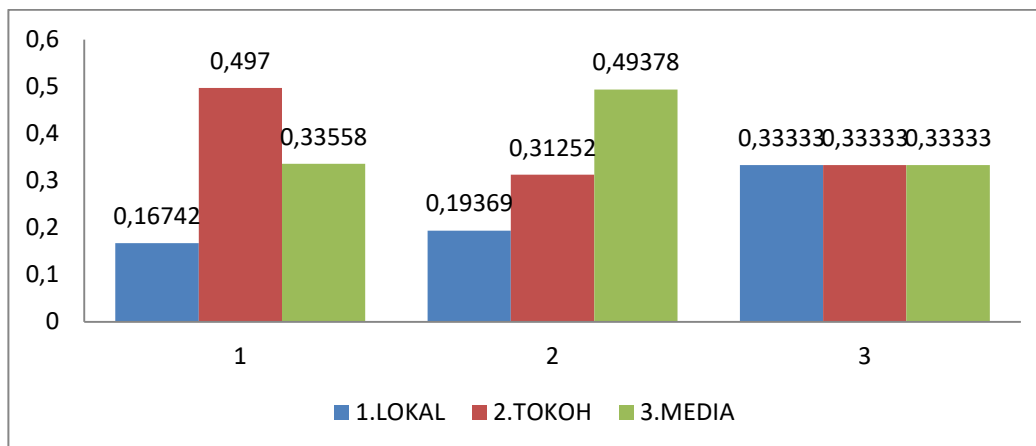
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek rute sebesar 0,47, kedua adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek terminal sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek moda sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,48, kedua adalah Aspek moda sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek terminal sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek rute sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,25, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,25.



Gambar 4.38
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.38 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

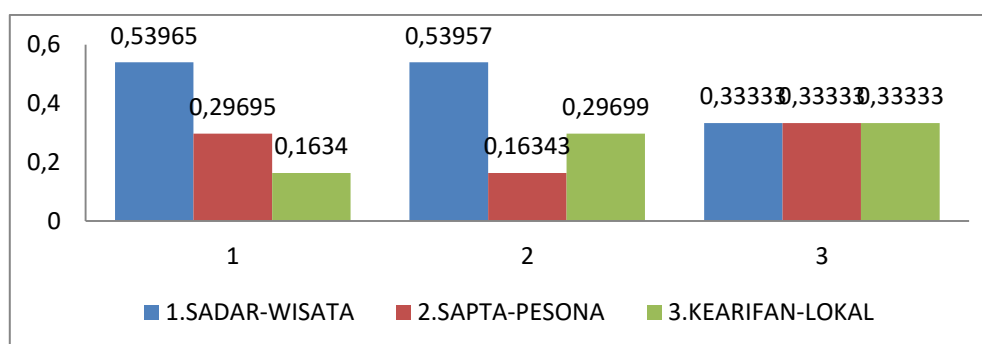
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,43, kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,24, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,21 dan prioritas keempat adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,13.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,47, kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,25, kedua adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,25.



Gambar 4.39
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.39 di atas terlihat bahwa untuk daerah Aceh, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

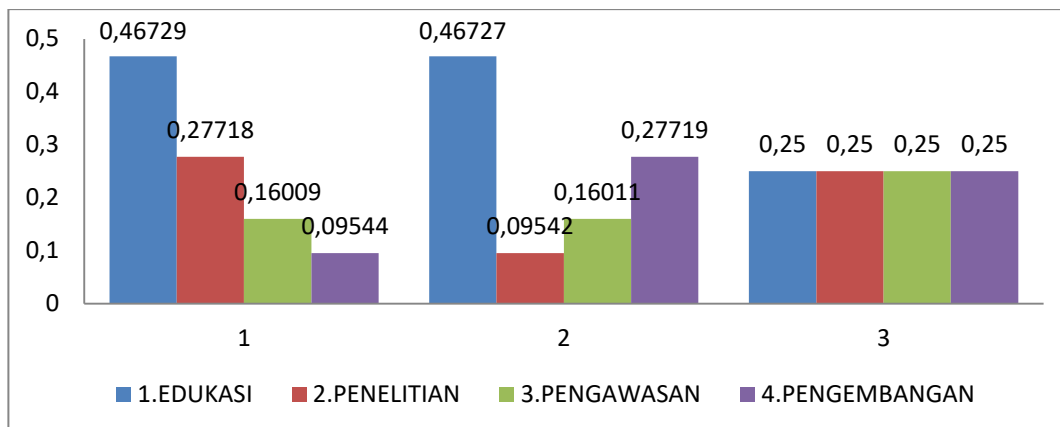
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek tokoh 0,5, kedua adalah Aspek media sebesar 0,34 dan ketiga adalah Aspek lokal sebesar 0,17.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek media sebesar 0,49, kedua adalah Aspek tokoh 0,31 dan ketiga adalah Aspek lokal sebesar 0,19.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,33, kedua adalah Aspek tokoh 0,33 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,33.



Gambar 4.40
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.40 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,33, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,33 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,33.

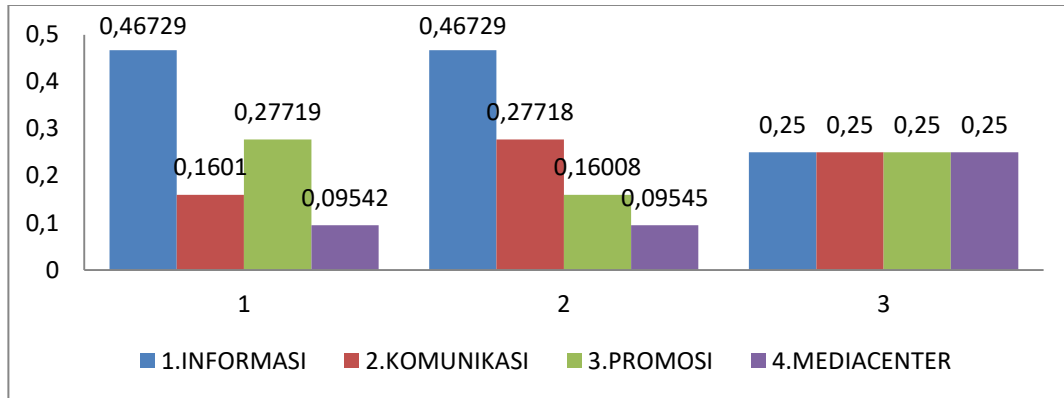


Gambar 4.41
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.41 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,14.

- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek Model sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek penelitian sebesar 0,12.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,25 dan keempat adalah aspek Model sebesar 0,25.

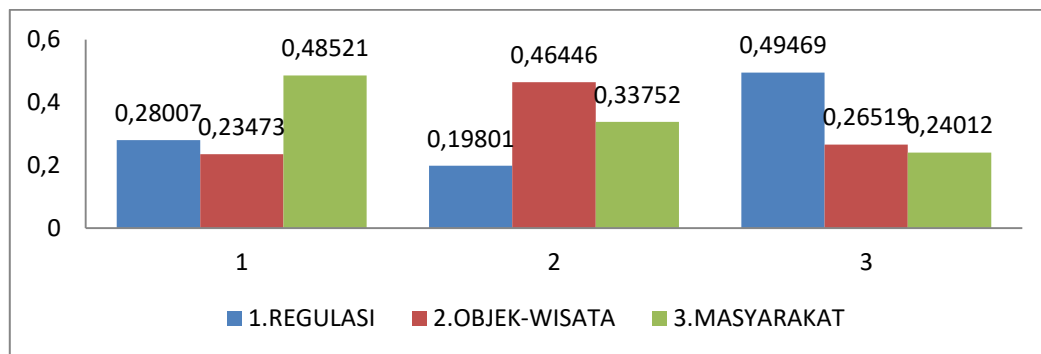


Gambar 4.42
Prioritas Aspek media Masa dalam Model Wisata Halal Daerah Bali

Berdasarkan Gambar 4.42 di atas terlihat bahwa untuk daerah Bali, para informan memprioritaskan bahwa faktor aspek media masa dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,12.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,25.

d. Daerah Sumatera Utara

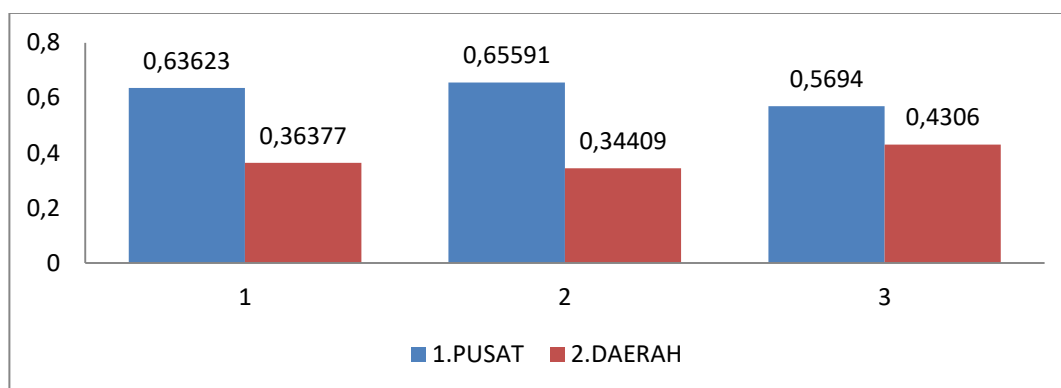


Gambar 4.43

Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.43 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa dalam faktor Model wisata halal adalah:

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Masyarakat sebesar 0,49 kedua adalah Aspek Regulasi sebesar 0,28 dan prioritas ketiga adalah Objek Wisata sebesar 0,23.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,46 kedua Masyarakat sebesar 0,34 adalah Aspek dan prioritas ketiga adalah Regulasi sebesar 0,2.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,49 kedua adalah Aspek Objek Wisata sebesar 0,27 dan prioritas ketiga adalah Masyarakat sebesar 0,24.

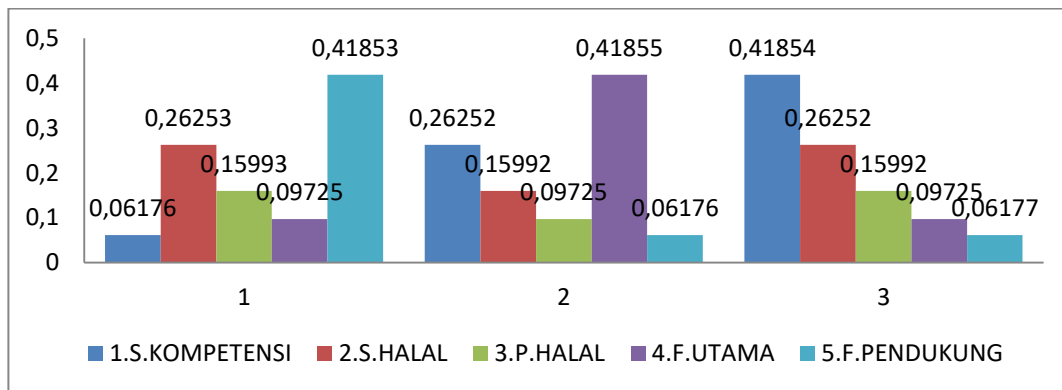


Gambar 4.44

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.44 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,36.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,66 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,34
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan prioritas kedua adalah Daerah 0,43.

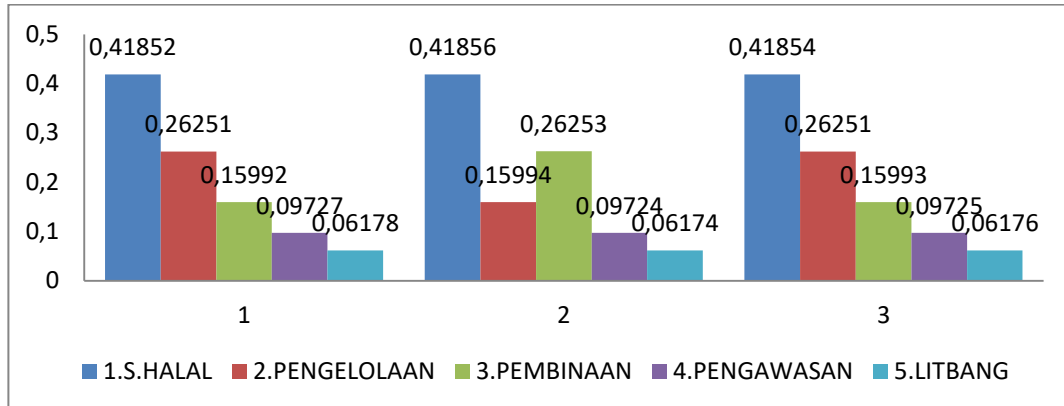


Gambar 4.45
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.45 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa faktor regulasi pusat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,42, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat Aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek F. Utama 0,42, kedua adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,26, ketiga adalah S. Halal sebesar 0,16, keempat Aspek Aspek P. Halal sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,06.

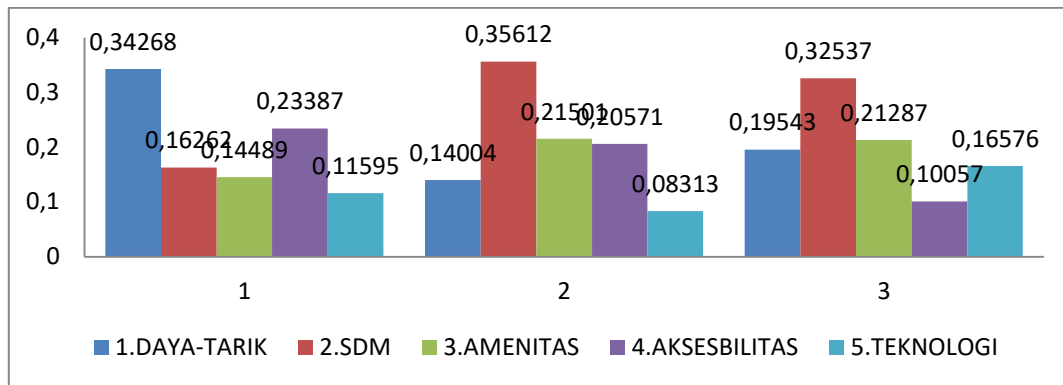
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,42, kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,16, keempat Aspek F. Utama 0,1 dan kelima adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,06.



Gambar 4.46
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.46 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah Model wisata halal adalah :

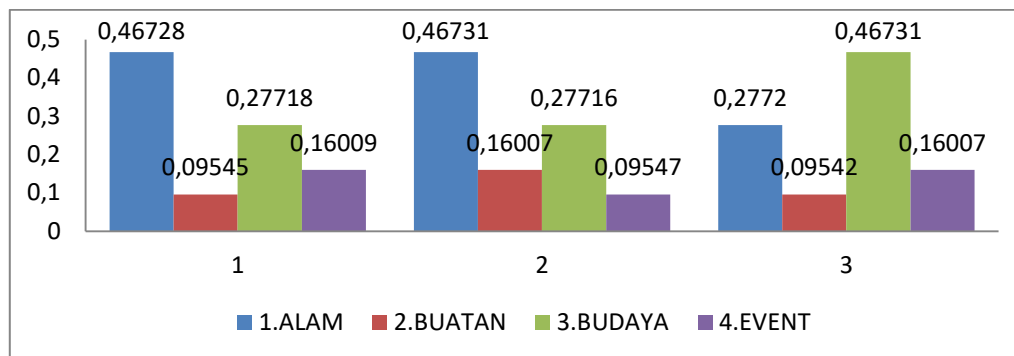
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,16, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,26, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek S. Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,16, keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.



Gambar 4.47
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.47 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,34, kedua adalah SDM sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,14, keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,23 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,14.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,14, kedua adalah SDM sebesar 0,36, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,22, keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,21 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,08.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,2, kedua adalah SDM sebesar 0,33, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,21, keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,1 dan kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,17.

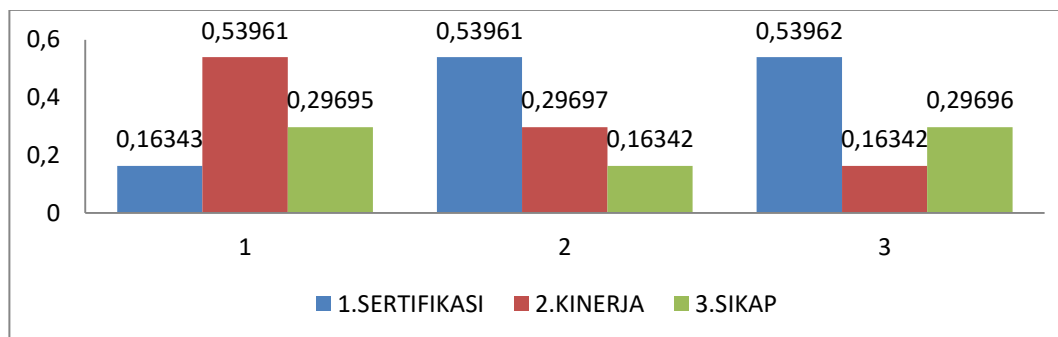


Gambar 4.48

Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.48 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,15, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,28 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,28 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,17.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,28, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,12, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,47 dan keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.

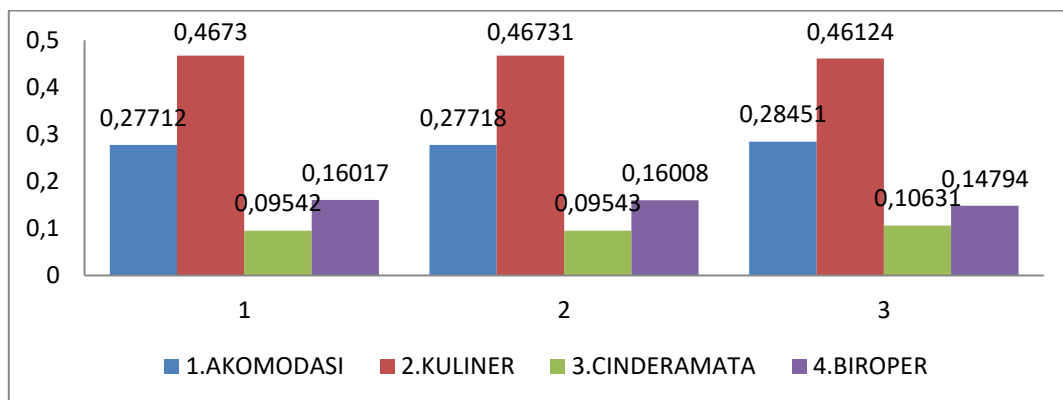


Gambar 4.49

Prioritas Aspek Sumber Daya Alam Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.49 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya alam suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek event sebesar 0,16, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,54 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,3.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek event sebesar 0,54, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek event sebesar 0,54, kedua adalah aspek Kinerja sebesar 0,16 dan ketiga adalah aspek Sikap sebesar 0,3.

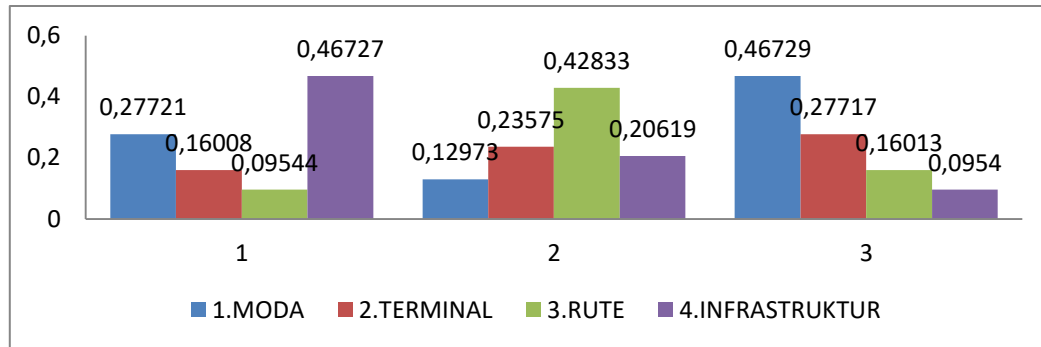


Gambar 4.50
Prioritas Aspek Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.50 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Amenitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,12 dan keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,167.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,13 dan keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,46, ketiga adalah Aspek cinderamata

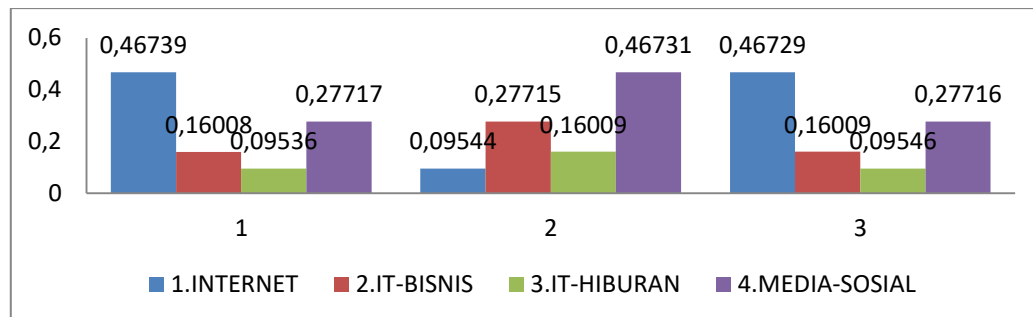
sebesar 0,11 dan keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,15.



Gambar 4.51
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.51 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

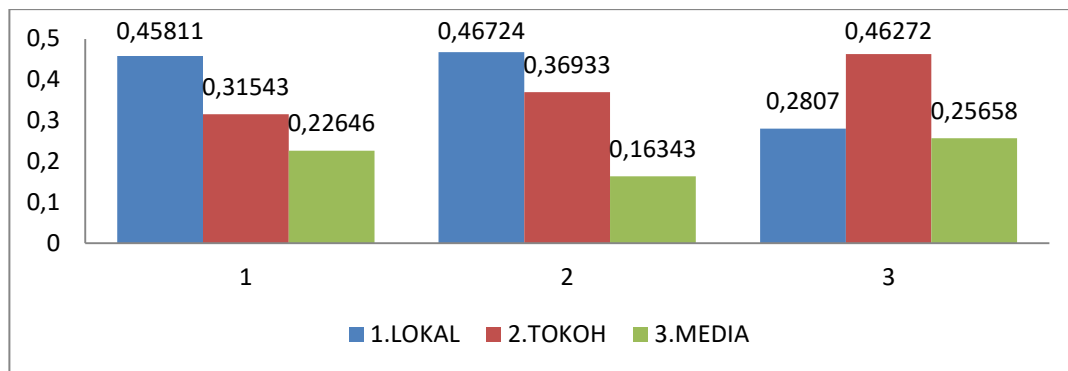
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,28, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,14 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,47.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,13, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,24, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,43 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,21.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,47, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,1.



Gambar 4.52
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.52 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal adalah :

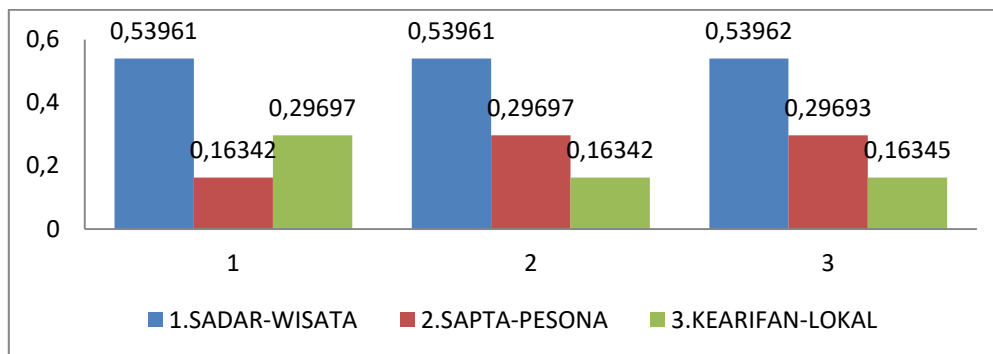
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,48, kedua adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,28.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,14, kedua adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,47.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,47, kedua adalah Aspek IT – Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek IT – Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media Sosial sebesar 0,28.



Gambar 4.53
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.53 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

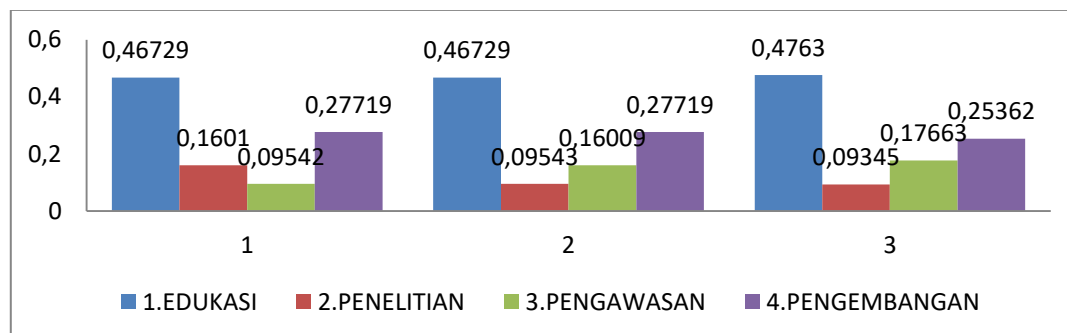
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,46, kedua adalah Aspek tokoh 0,32 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,23.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,47, kedua adalah Aspek tokoh 0,37 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,2807, kedua adalah Aspek tokoh 0,46 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,26.



Gambar 4.54
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.54 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam Model wisata halal adalah :

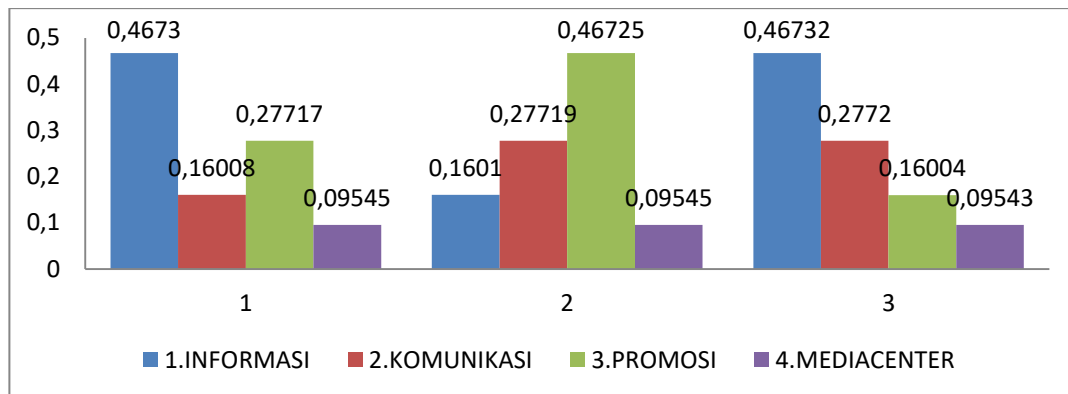
- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,61 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,3.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.



Gambar 4.55
Prioritas Aspek Tokog Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.55 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,12 dan keempat adalah Model sebesar 0,28.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,13, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah Model sebesar 0,28.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,4763, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,18 dan keempat adalah Model sebesar 0,25.



Gambar 4.56
Prioritas Aspek media Masa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Daerah Sumatera Utara

Berdasarkan Gambar 4.56 di atas terlihat bahwa untuk daerah Sumatera Utara, para informan memprioritaskan bahwa Aspek media masa dalam Model wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar

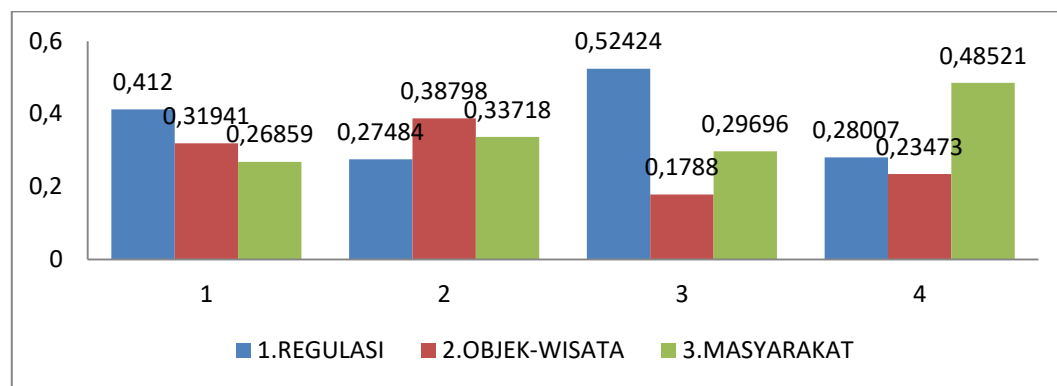
0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15.

- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,13.

2. Aspek Dominan Model Wisata Halal Sustainable Berdasarkan Kategori

a. Kategori Praktisi

Berdasarkan hasil analisis, kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:

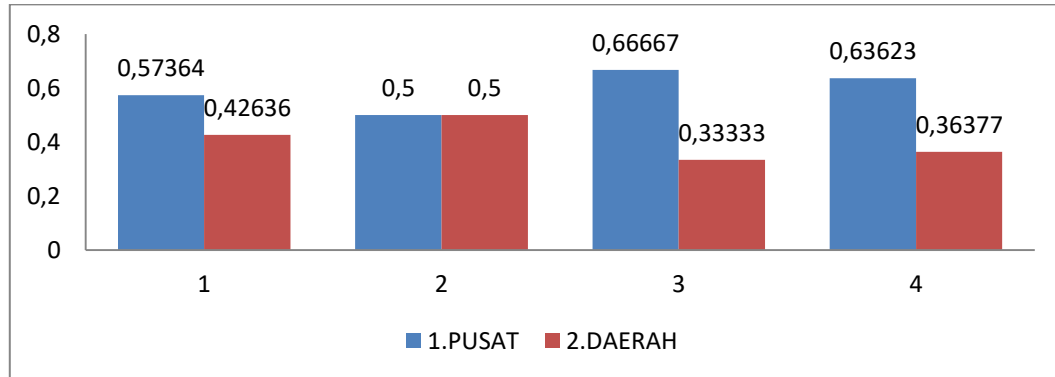


Gambar 4.57
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar di atas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori praktis memprioritaskan bahwa faktor dominan dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,41 kedua adalah obbjek wisata sebesar 0,32 dan prioritas ketiga adalah masyarakat sebesar 0,27.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek aspek Objek Wisata sebesar 0.38798, kedua adalah masyarakat sebear 0,34, dan ketiga adalah regulasi sebesar 0,27
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,5, kedua adalah masyarakat sebear 0,3, dan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,18

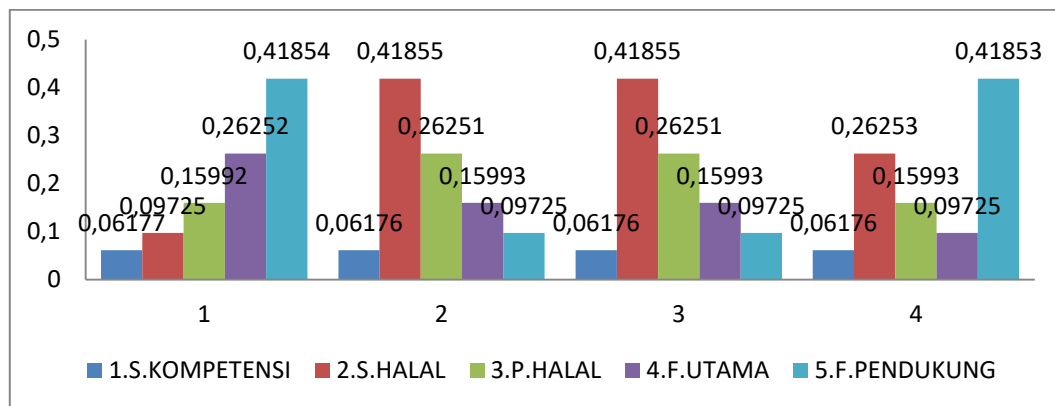
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek masyarakat sebesar 0,49, kedua adalah regulasi sebesar 0,28, dan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,23.



Gambar 4.58
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

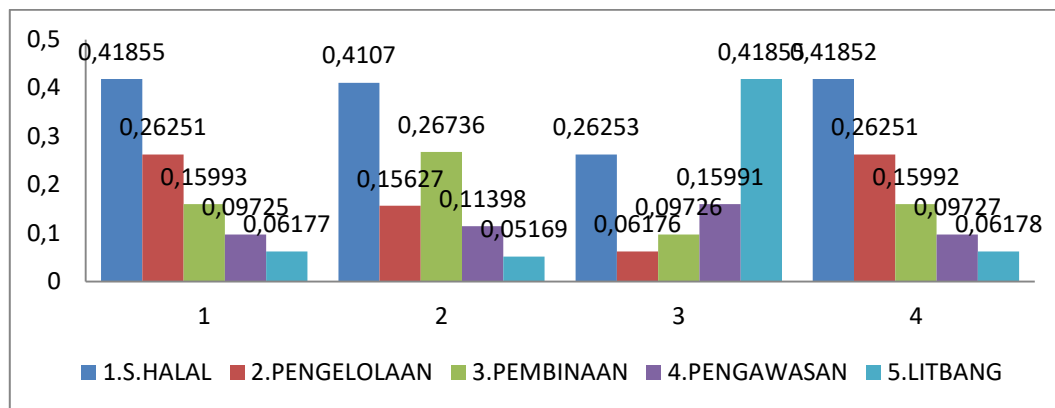
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,57 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0.5 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,5.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,67 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,33.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,64 dan prioritas kedua adalah daerah sebesar 0,36.



Gambar 4.59
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi pusat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

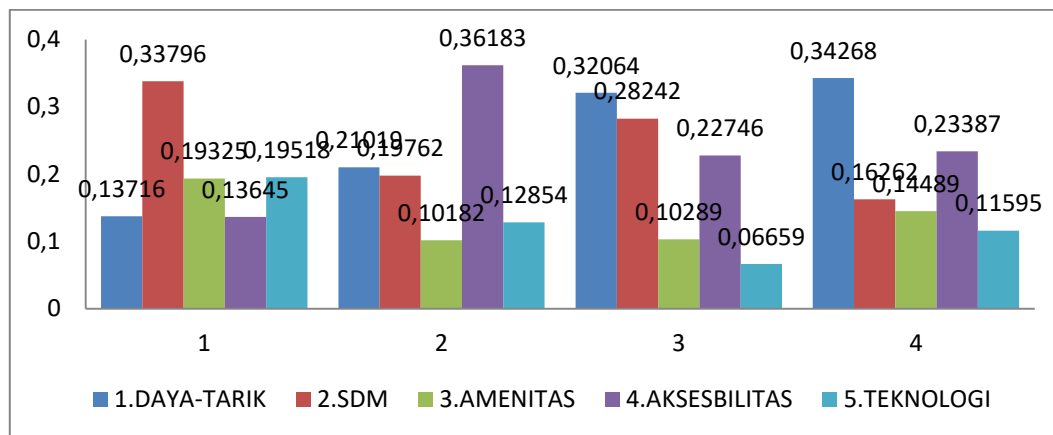
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,1 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,26 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,42
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,42 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,26 keempat adalah F.Utama sebesar 0,16 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,1
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,42 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,03 keempat adalah F.Utama sebesar 0,16 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,1
- 4) Informan 4 : prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06 kedua adalah S.Halal sebesar 0,26 ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,42



Gambar 4.60
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah dalam mengembangkan wisata halal adalah :

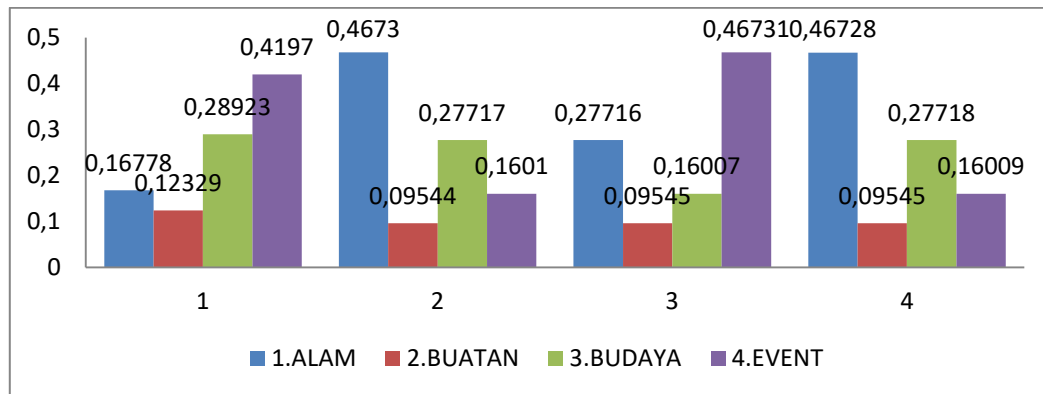
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,26 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,16 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,41 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0.16 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,27 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,11 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,05
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,26 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0,11 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,1keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,15991 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,42
- 4) Informan 4 : prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42 kedua adalah pengelolaaan sebesar 0,26 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,16 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,1 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06



Gambar 4.61
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

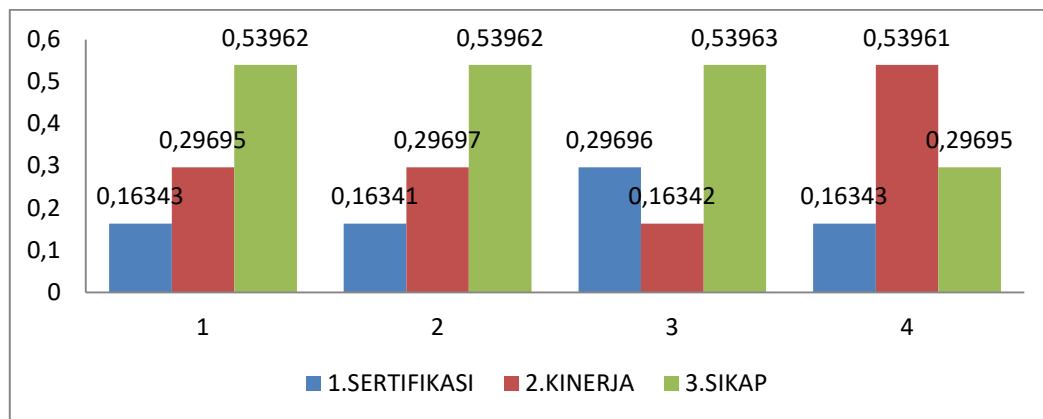
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,14 kedua adalah SDM sebesar 0,34 ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,19 keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,14 dan kelima adalah Teknoogi sebesar 0,2.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,21 kedua adalah SDM sebesar 0,2 ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,1 keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,36 dan kelima adalah Teknoogi sebesar 0,13
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,32 kedua adalah SDM sebesar 0.28 ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,1 keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,23 dan kelima adalah Teknoogi sebesar 0,07
- 4) Informan 4 : prioritas pertama adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,34 kedua adalah SDM sebesar 0.16 ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,14 keempat adalah Aspek Aksebilitas sebesar 0,23 dan kelima adalah Teknoogi sebesar 0,14



Gambar 4.62
Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,17 kedua adalah aspek buatan sebesar 0,12 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,29 keempat adalah aspek event sebesar 0,42
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,47 kedua adalah aspek buatan sebesar 0,1 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,28 keempat adalah aspek event sebesar 0,16
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,28 kedua adalah aspek buatan sebesar 0,1 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,16 keempat adalah aspek event sebesar 0,47
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,47 kedua adalah aspek buatan sebesar 0,1 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,28 keempat adalah aspek event sebesar 0,16

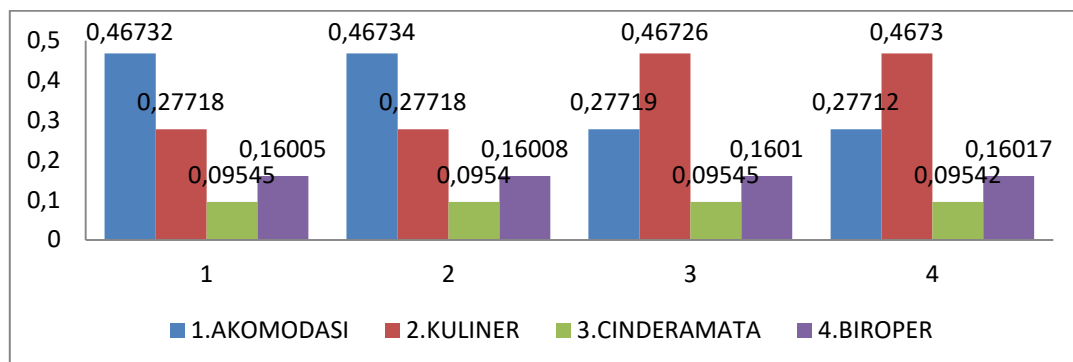


Gambar 4.63

Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,16 kedua adalah kinerja sebesar 0,3 ketiga adalah sikap sebesar 0,54
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,16 kedua adalah kinerja sebesar 0,3 ketiga adalah sikap sebesar 0,54
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,3 kedua adalah kinerja sebesar 0,16 ketiga adalah sikap sebesar 0,54
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,16 kedua adalah kinerja sebesar 0,54 ketiga adalah sikap sebesar 0,3

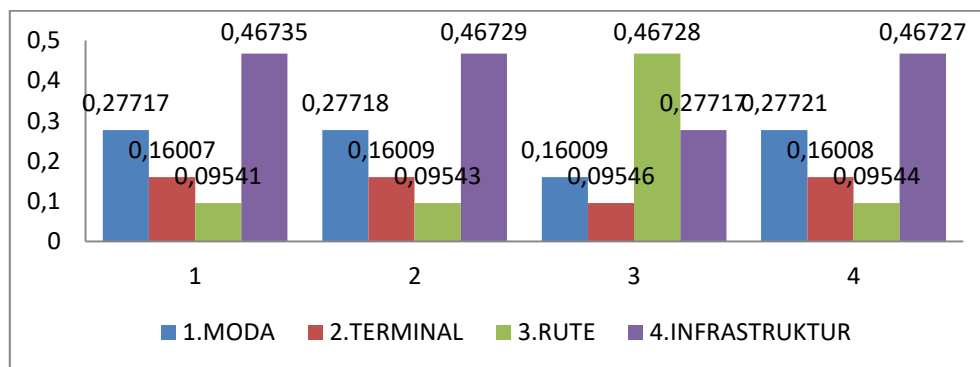


Gambar 4.64

Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0,28 ketiga adalah aspek cinderamata sebesar 0,15 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,16.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0,28 ketiga adalah aspek cinderamata sebesar 0,15 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,16.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,28 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0,47 ketiga adalah aspek cinderamata sebesar 0,15 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,16.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,28 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0,47 ketiga adalah aspek cinderamata sebesar 0,12 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,167.



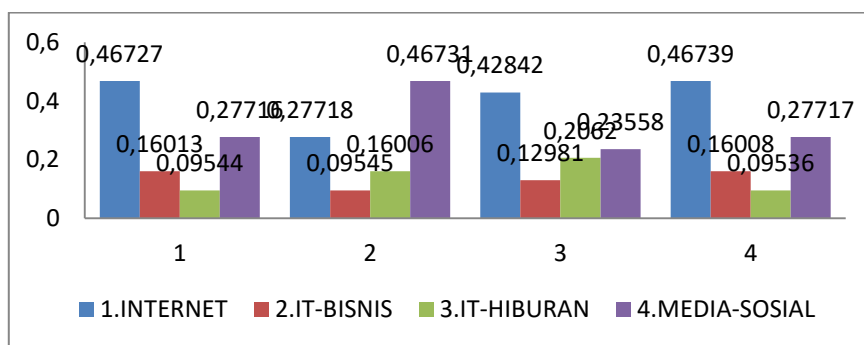
Gambar 4.65

Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,28 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,16 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,11 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,48

- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,48 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,28 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,16 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,47
- 3) Informan 3 prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,16 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,1 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,47 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,28
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,28 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,16 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,14 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,47

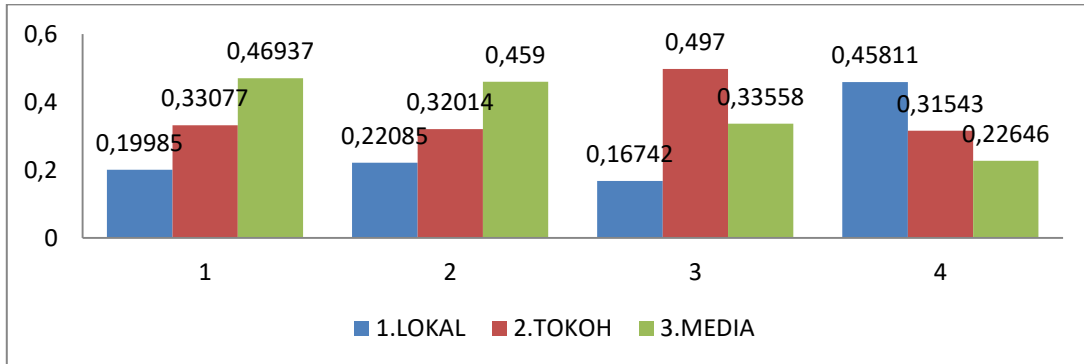


Gambar 4.66
Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,47 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.16 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,14 dan keempat adalah media-sosial sebesar 0,28
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,28 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.3 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,16 dan keempat adalah media-sosial sebesar 0,47
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,43 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.13 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,21 dan keempat adalah media-sosial sebesar 0,23558

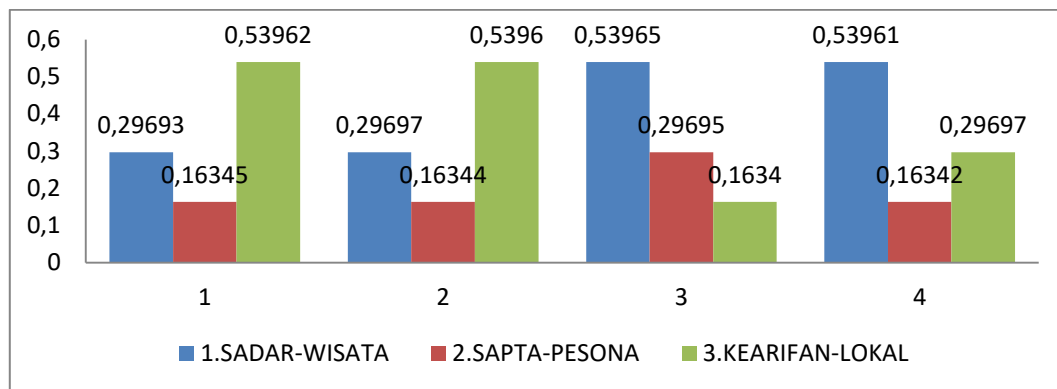
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,479 kedua adalah it-bisnis sebesar 0,16 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,1 dan keempat adalah media-sosial sebesar 0,28



Gambar 4.67
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

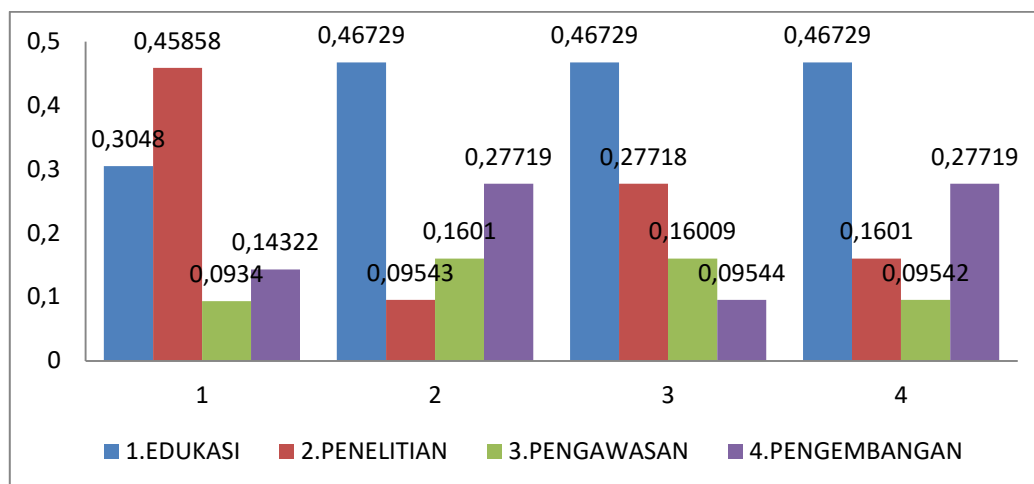
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,2 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0,33 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,47
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,22 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0,32 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,46
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,17 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0,5 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,45
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,46 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0,32 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,23



Gambar 4.68
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata halal adalah :

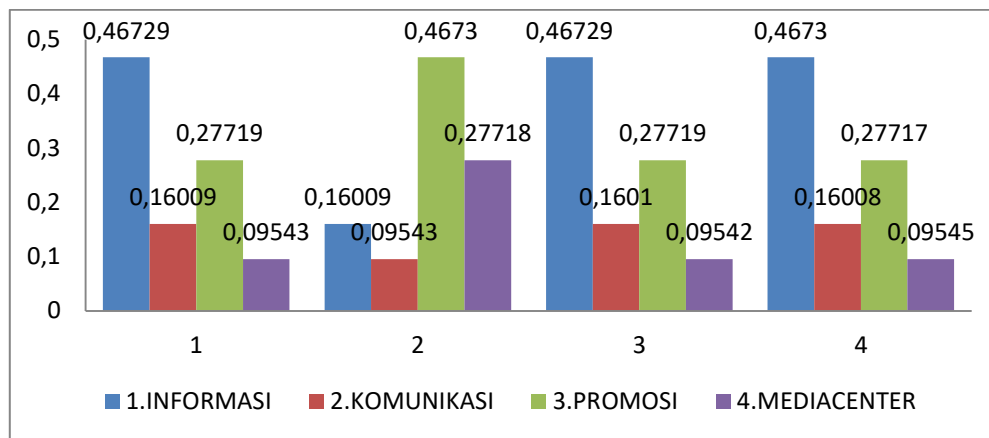
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,3 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.16 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,54
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,3 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.16 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,54
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,54 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,16
- 4) Informan 4 : prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,54 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.16 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,3



Gambar 4.69
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,3 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0.46 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,09 dan keempat adalah Model sebesar 0,14
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0.1 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah Model sebesar 0,28
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0,28 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah Model sebesar 0,14
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0.16 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,12 dan keempat adalah Model sebesar 0,28

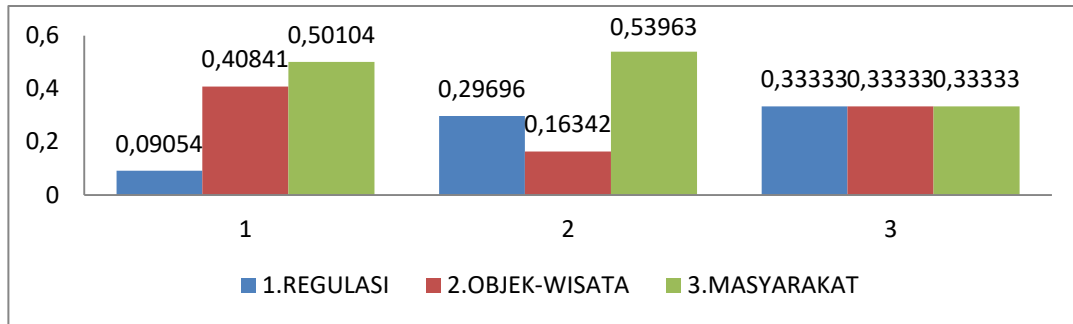


Gambar 4.70
Prioritas Aspek media dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Praktisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Praktisi memprioritaskan bahwa Aspek media massa dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0.16 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,13
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,16 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0,1 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,47 dan keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,28
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0.16 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,12
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0.16 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,22 dan keempat adalah aspek Mediacenter sebesar 0,15

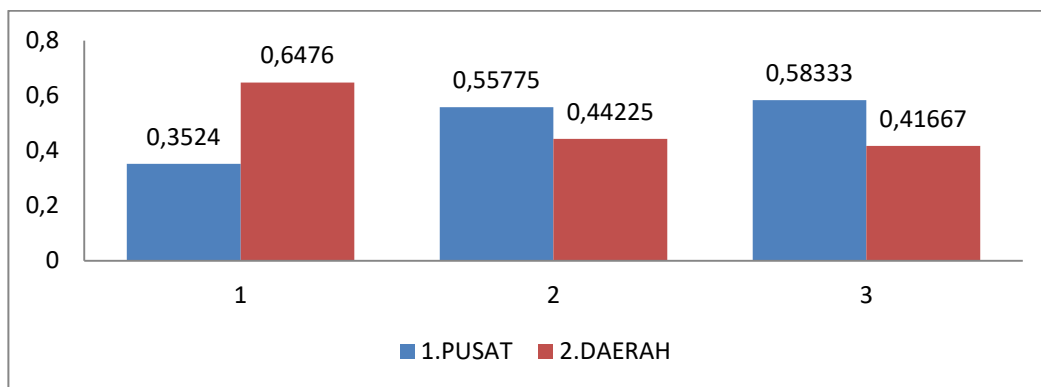
b. Kategori Masyarakat



Gambar 4.71
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,1 kedua adalah objek-wisata sebesar 0,41 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,5
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,3 kedua adalah objek-wisata sebesar 0,16 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,54
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek regulasi sebesar 0,33 kedua adalah objek-wisata sebesar 0,33 dan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,33

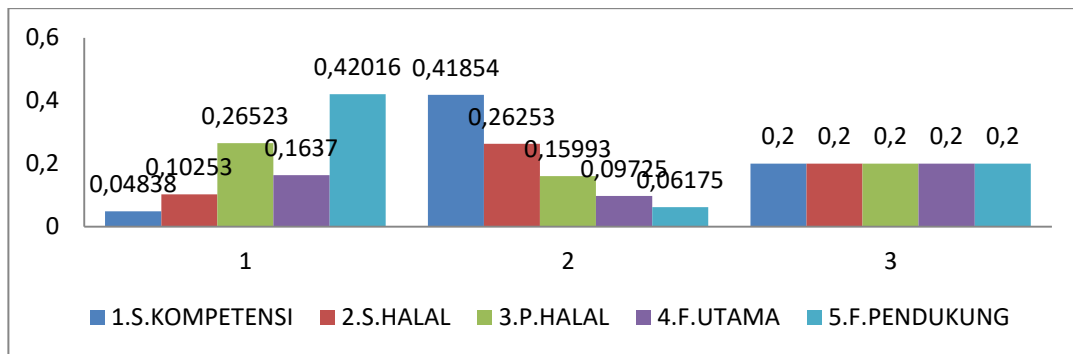


Gambar 4.72
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam

mengembangkan wisata halal adalah :

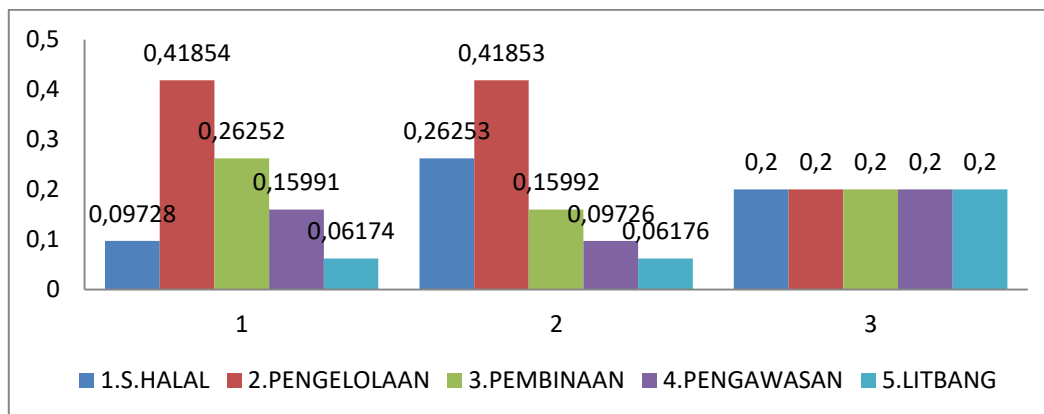
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,35 dan kedua adalah daerah sebesar 0.65
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,56 dan kedua adalah daerah sebesar 0,44
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek pusat sebesar 0,58 dan kedua adalah daerah sebesar 0.42



Gambar 4.73
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

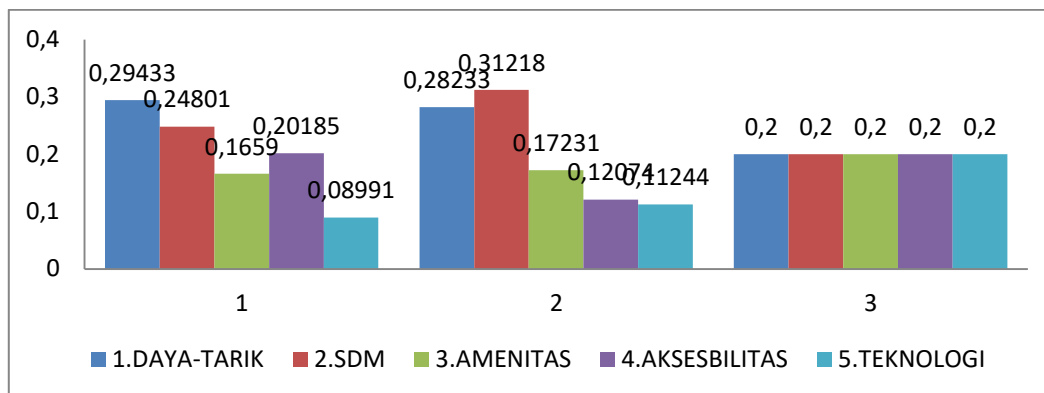
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,05 kedua adalah s.halal sebesar 0.1 ketiga adalah p.halal sebesar 0,27 keempat adalah f.utama sebesar 0,16 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,42
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,42 kedua adalah s.halal sebesar 0,26ketiga adalah p.halal sebesar 0,16 keempat adalah f.utama sebesar 0,1 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,06
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek s.kompetensi sebesar 0,2 kedua adalah s.halal sebesar 0.2 ketiga adalah p.halal sebesar 0,2 keempat adalah f.utama sebesar 0,2 dan kelima adalah f.pendukung sebesar 0,2



Gambar 4.74
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakatmemprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah dalam mengembangkan wisata halal adalah :

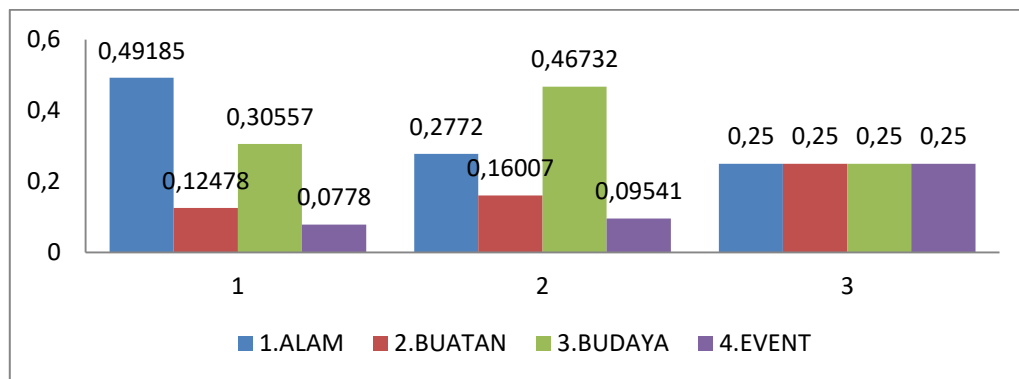
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek s.halal sebesar 0,1 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0.42 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,26 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,16 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek s.halal sebesar 0,26 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0.42 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,16 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,1dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,06
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek s.halal sebesar 0,2 kedua adalah aspek Pengelolaan sebesar 0.2 ketiga adalah aspek Pembinaan sebesar 0,2 keempat adalah aspek pengawasan sebesar 0,2 dan kelima adalah aspek Litbang sebesar 0,2



Gambar 4.75
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakatmemprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

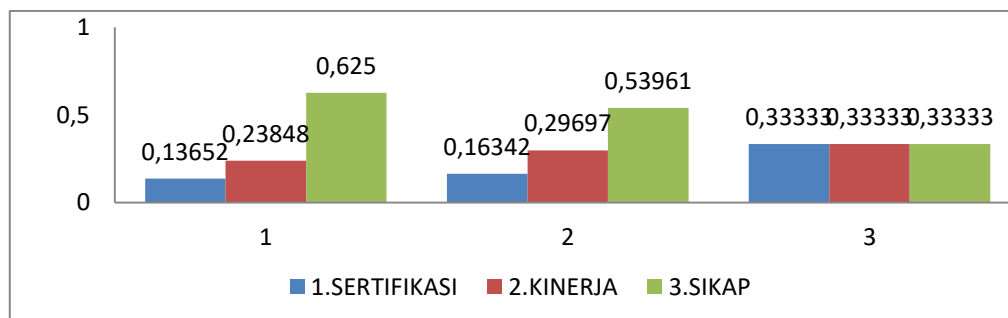
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek aspek Daya Tarik sebesar 0,3 kedua adalah sdm sebesar 0.25 ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,17 keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,2 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,09
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek aspek Daya Tarik sebesar 0,28 kedua adalah sdm sebesar 0.31 ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,17 keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,12 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,01
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek aspek Daya Tarik sebesar 0,2 kedua adalah sdm sebesar 0.2 ketiga adalah aspek Amenitas sebesar 0,2 keempat adalah aspek Akseibilitas sebesar 0,2 dan kelima adalah aspek Teknologi sebesar 0,2



Gambar 4.76
Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakatmemprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

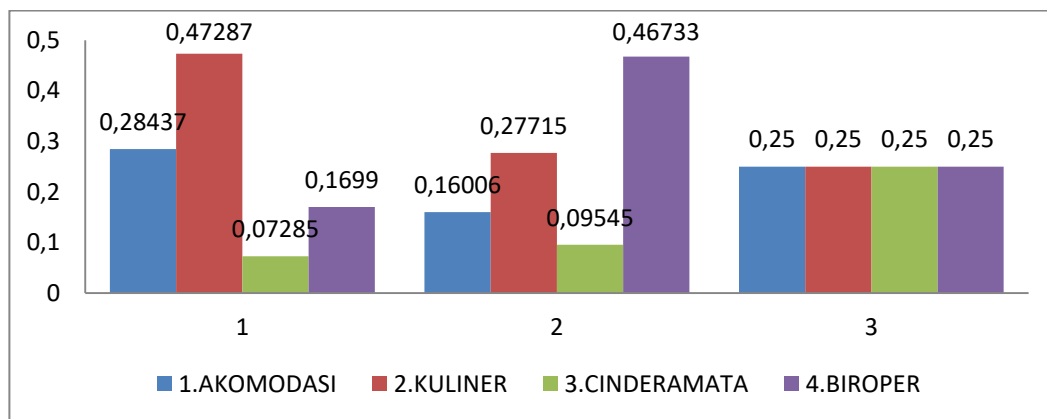
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,49 kedua adalah aspek buatan sebesar 0.12 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,31 dan keempat adalah aspek event sebesar 0,08
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,28 kedua adalah aspek buatan sebesar 0,16 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,47 dan keempat adalah aspek event sebesar 0,11
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek alam sebesar 0,2 kedua adalah aspek buatan sebesar 0.2 ketiga adalah aspek budaya sebesar 0,2 dan keempat adalah aspek event sebesar 0,2



Gambar 4.77
Prioritas Aspek Sumber Daya Alama Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakatmemprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,14 kedua adalah kinerja sebesar 0.24 dan ketiga adalah sikap sebesar 0,63
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,16 kedua adalah kinerja sebesar 0.3 dan ketiga adalah sikap sebesar 0,54
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek event sebesar 0,33 kedua adalah kinerja sebesar 0.33 dan ketiga adalah sikap sebesar 0,33

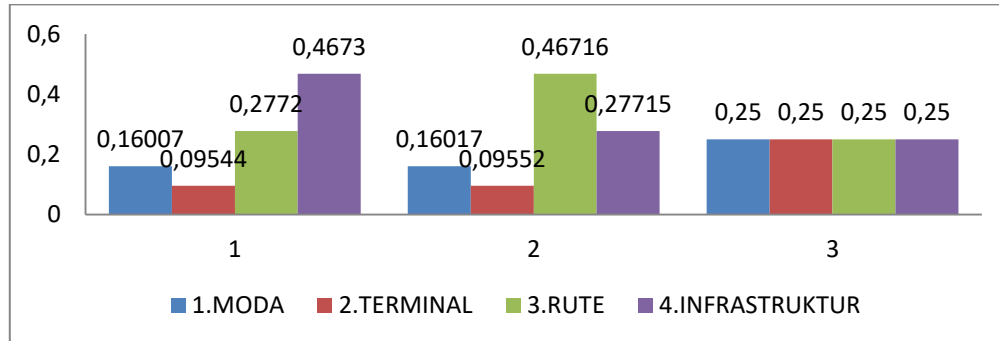


Gambar 4.78
Prioritas Aspek Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakatmemprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,28 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0.47 ketiga adalah cindermata sebesar 0,07 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,17
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek akomodasi modasi sebesar 0,16 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0.28 ketiga adalah cindermata sebesar 0,15 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,47

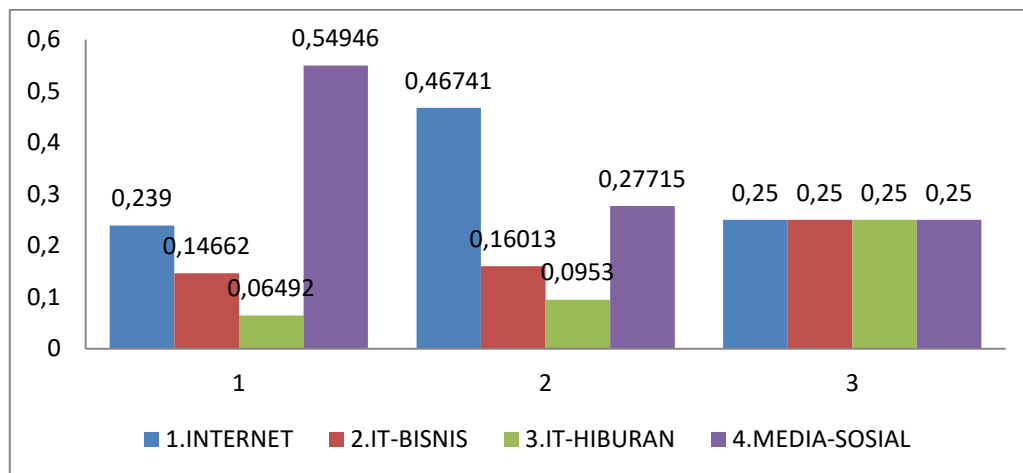
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek akomodasi sebesar 0,25 kedua adalah aspek kuliner sebesar 0,25 ketiga adalah cindermata sebesar 0,25 dan keempat adalah aspek biroper sebesar 0,25



Gambar 4.79
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

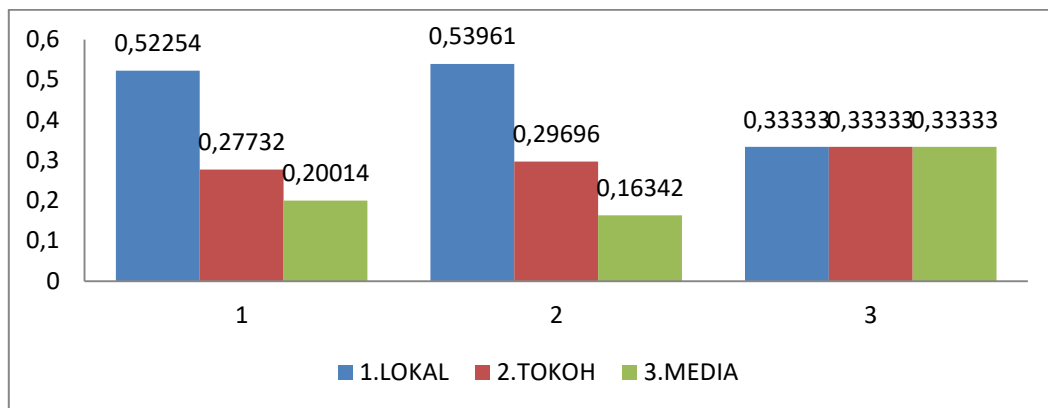
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,16 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,1 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,47
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,16 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,1 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,47 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,28
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek moda sebesar 0,25 kedua adalah aspek terminal sebesar 0,25 ketiga adalah aspek rute sebesar 0,25 dan keempat adalah aspek infrastruktur sebesar 0,25



Gambar 4.80
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal
Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

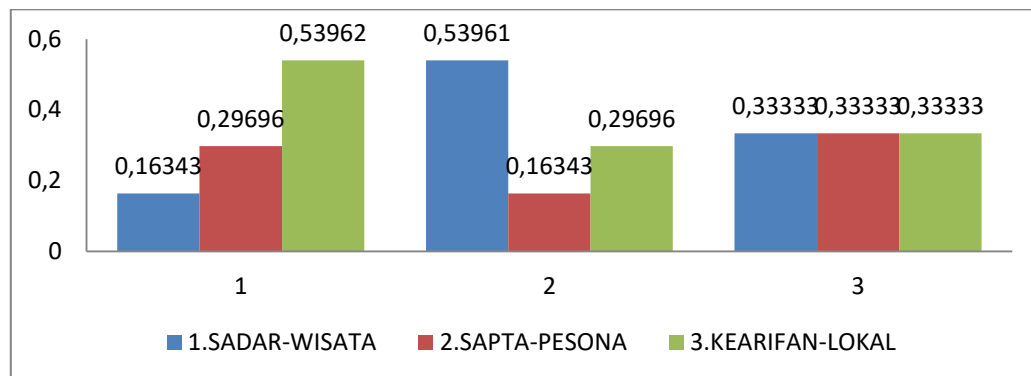
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,24 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.15 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,06 dan keempat adalah aspek media sosial sebesar 0,55
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,47 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.16 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,07 dan keempat adalah aspek media sosial sebesar 0,28
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek internet sebesar 0,25 kedua adalah it-bisnis sebesar 0.25 ketiga adalah it-hiburan sebesar 0,25 dan keempat adalah aspek media sosial sebesar 0,25



Gambar 4.81
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

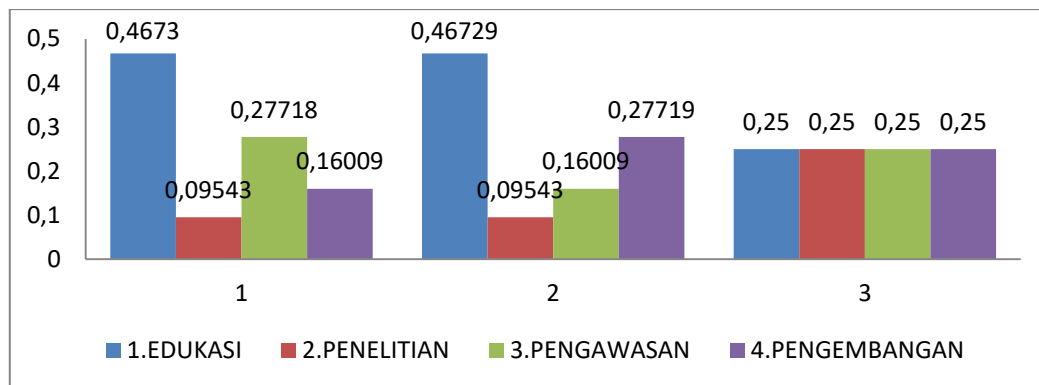
- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,52 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0.28 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,2
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,54 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0.3 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,16
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek lokal sebesar 0,33 kedua adalah aspek tokoh sebesar 0.33 dan ketiga adalah aspek media sebesar 0,33



Gambar 4.82
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,16 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.3 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,54
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,16 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.3 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,54
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek Sadar-wisata sebesar 0,33 kedua adalah aspek Sapta-pesona sebesar 0.33 dan ketiga adalah aspek kearifan-lokal sebesar 0,33

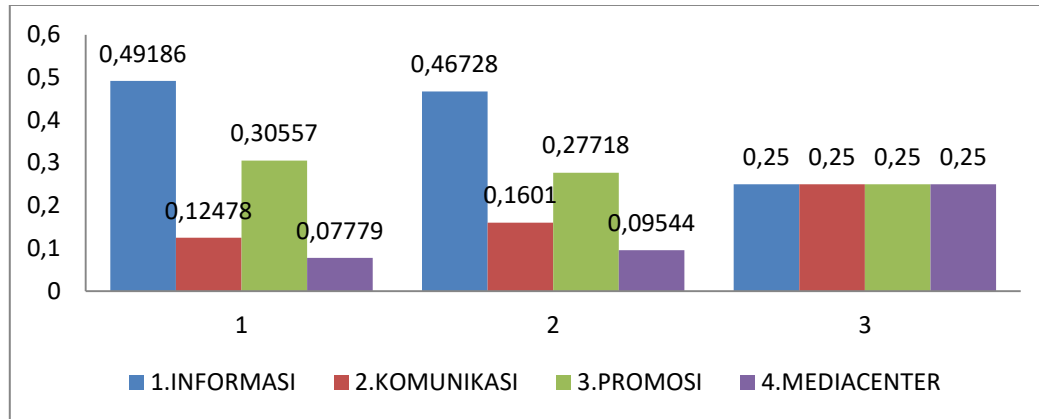


Gambar 4.83
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0.1 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,28 dan keempat adalah Model sebesar 0,16

- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0,1 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,16 dan keempat adalah Model sebesar 0,28
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek edukasi sebesar 0,25 kedua adalah aspek penelitian sebesar 0,25 ketiga adalah aspek pengawasan sebesar 0,25 dan keempat adalah Model sebesar 0,25

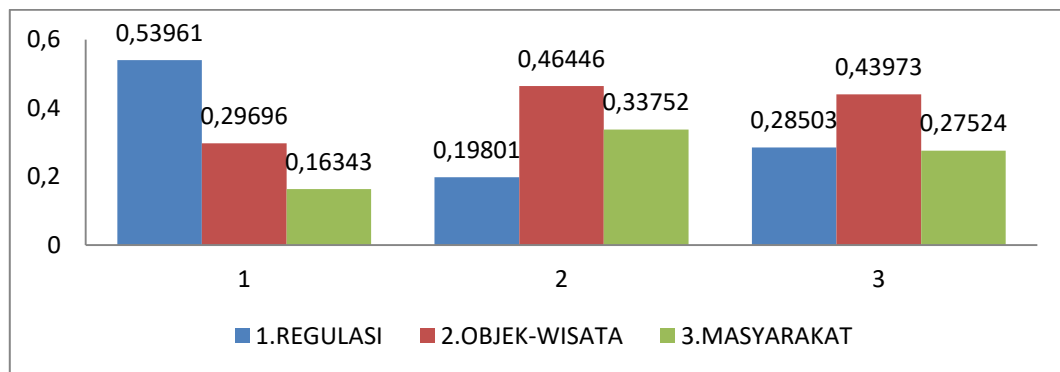


Gambar 4.84
Prioritas Aspek media Massa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Masyarakat

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Masyarakat memprioritaskan bahwa Aspek media massa dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,49 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0,12 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,31 dan keempat adalah aspek media center sebesar 0,08
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,47 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0,16 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,28 dan keempat adalah aspek media center sebesar 0,14
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek informasi sebesar 0,25 kedua adalah aspek komunikasi sebesar 0,25 ketiga adalah aspek promosi sebesar 0,25 dan keempat adalah aspek media center sebesar 0,25

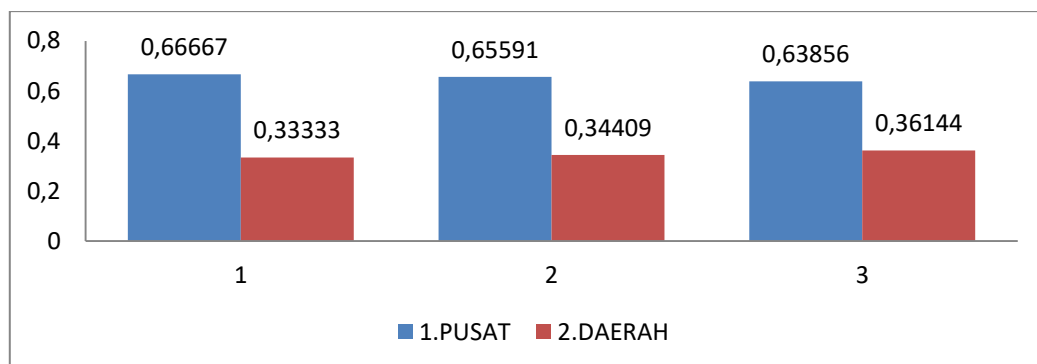
c. Kategori Auditor Halal



Gambar 4.85
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

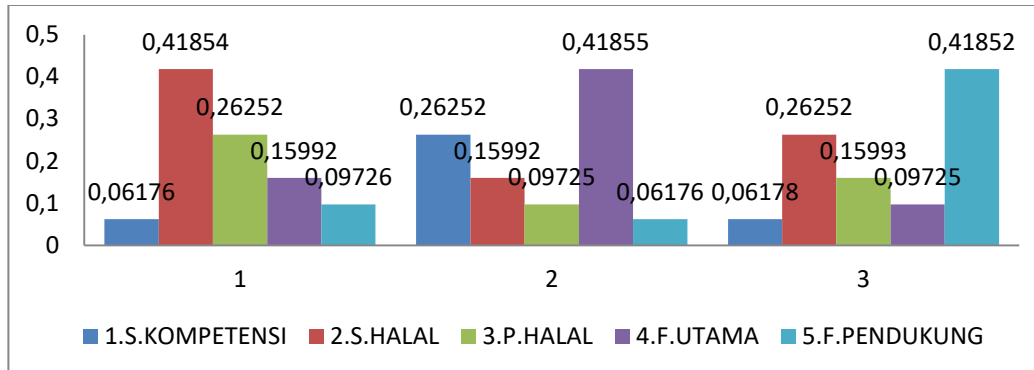
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,54, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,3 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,2, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,47 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,34.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,29, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,44 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,28.



Gambar 4.86
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,67 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,33.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,66 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,34.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,36.

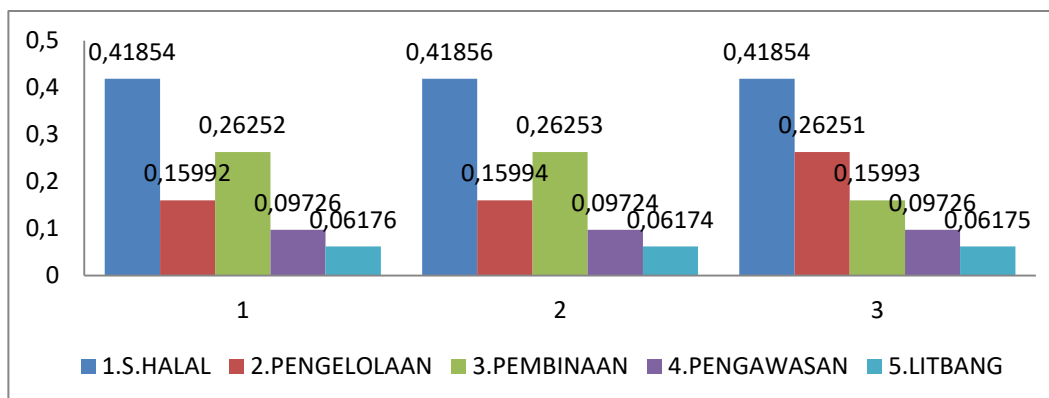


Gambar 4.87
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah S.Halal sebesar 0,42, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,26 keempat adalah F.Utama sebesar 0,16 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,1.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,26, kedua adalah S.Halal sebesar 0,16, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,1 keempat adalah F.Utama sebesar 0,42 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah S.Halal sebesar 0,26, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah

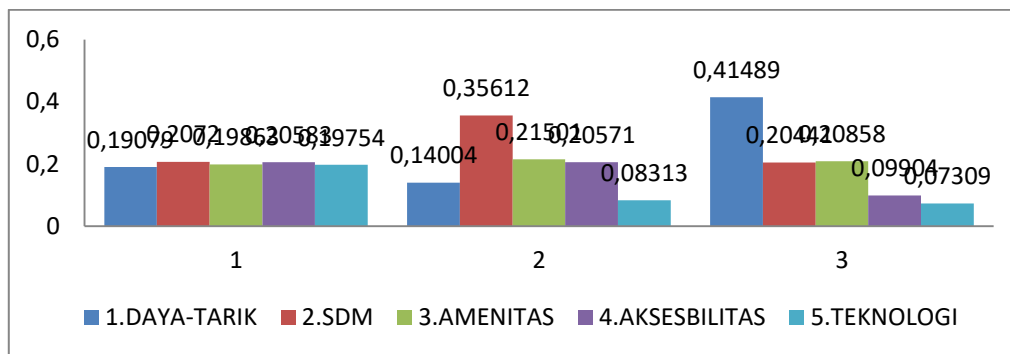
F.Pendukung sebesar 0,42.



Gambar 4.88
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah dalam mengembangkan wisata halal adalah :

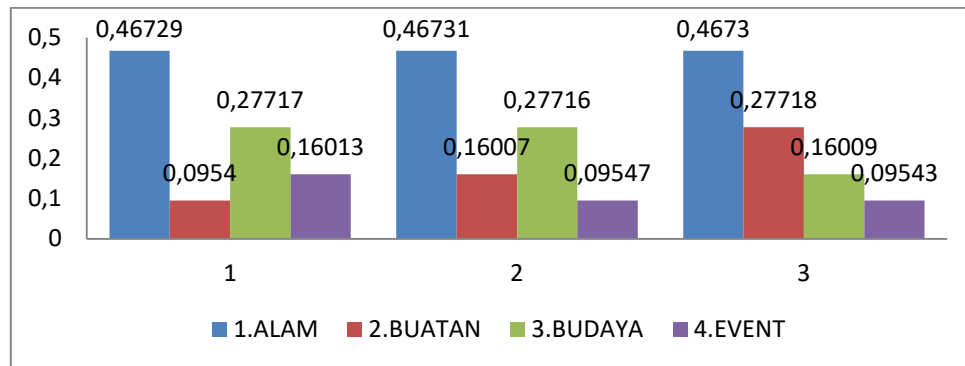
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,26 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,26 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,16 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.



Gambar 4.89
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,19, kedua adalah SDM sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,2 dan prioritas keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,21 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,2.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,14 , kedua adalah SDM sebesar 0,36, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,22 dan prioritas keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,21 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,08.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,41, kedua adalah SDM sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,21 dan prioritas keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,07.

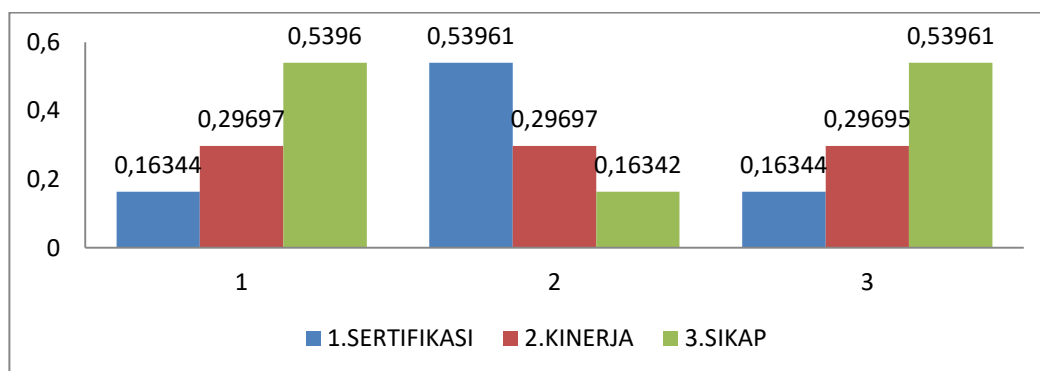


Gambar 4.90

Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47 , kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,16, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0, 28 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,17.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47 , kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,13.

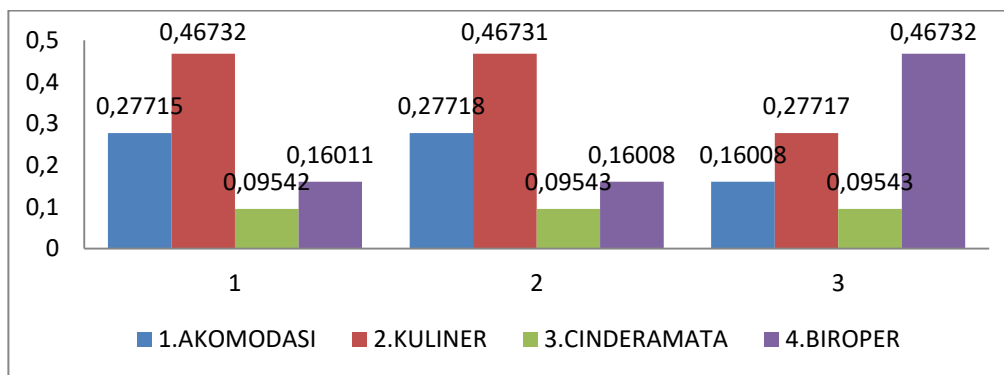


Gambar 4.91

Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan wisata halal adalah :

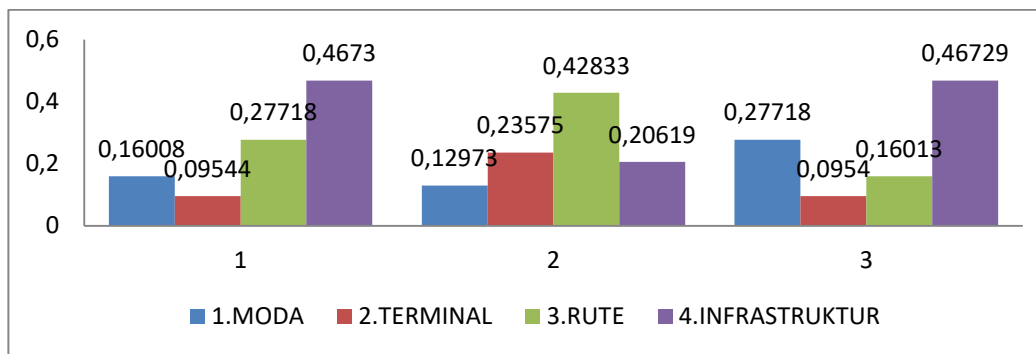
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,16, kedua adalah Kinerja sebesar 0,3, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,54.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,54, kedua adalah Kinerja sebesar 0,3, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,16, kedua adalah Kinerja sebesar 0,3, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,54.



Gambar 4.92
Prioritas Aspek Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek Amenitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,12 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,16.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,13 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,13 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,47.

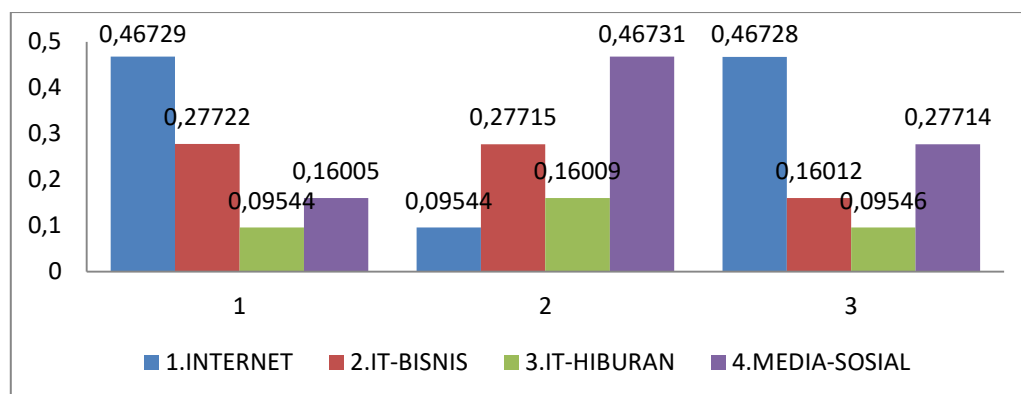


Gambar 4.93

Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,16, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,47.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,13, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,24, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,43 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,21.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,28, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,163 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,47.

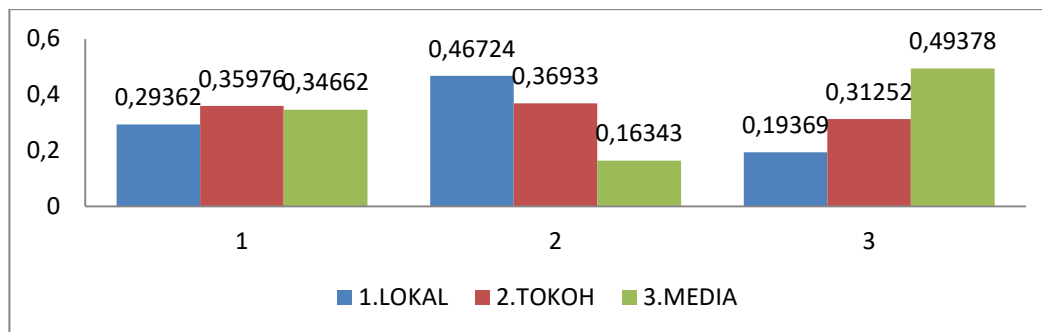


Gambar 4.94

Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

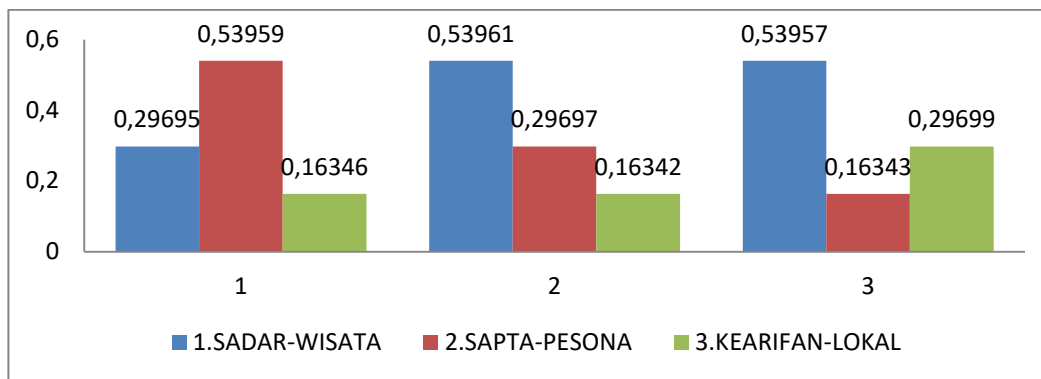
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,47, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,28, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,14 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,16005.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,14, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,28, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,47.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,47, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,28.



Gambar 4.95
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

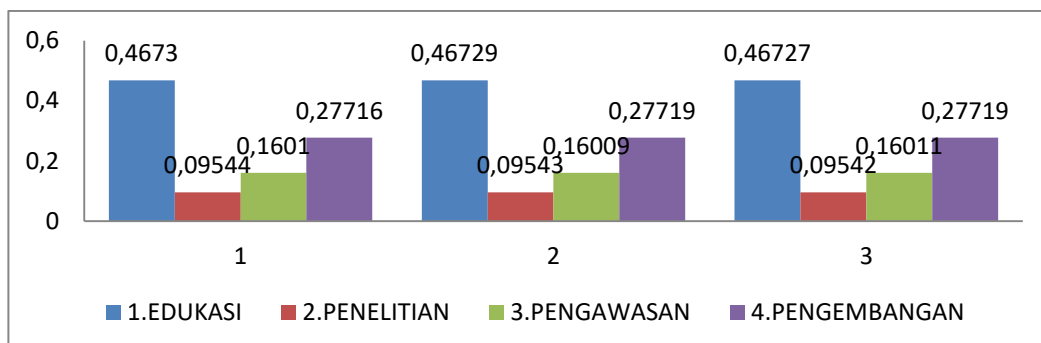
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,29, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,36 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,35.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,47, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,37 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,16.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,194, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,31 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,49.



Gambar 4.96
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata halal adalah :

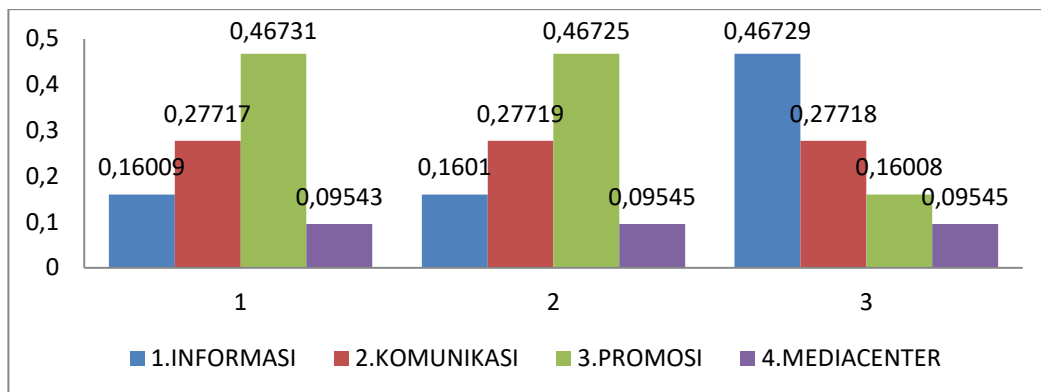
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,3, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,54 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,3.



Gambar 4.97
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,14, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,28.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,28.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,28.



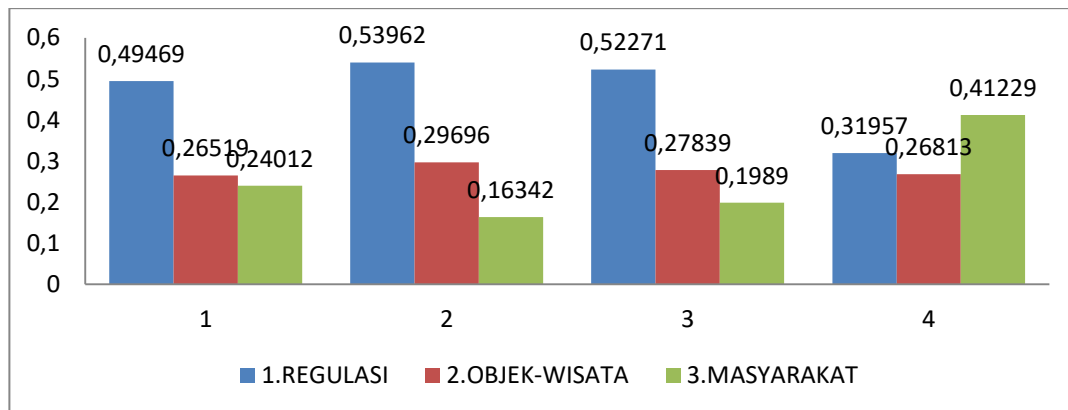
Gambar 4.98
Prioritas Aspek media Masaa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Auditor Halal

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Auditor halal memprioritaskan bahwa Aspek media massa dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,13.

- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,16, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,05, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15.

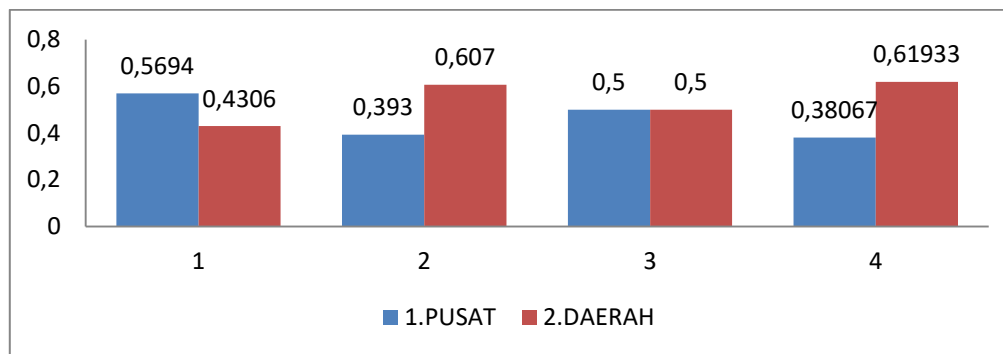
d. Kategori Regulator



Gambar 4.99
Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

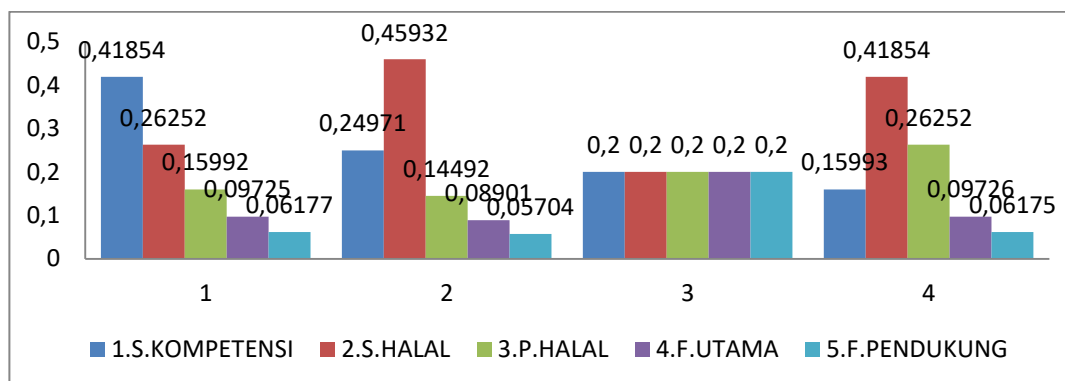
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,49, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,27 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,24.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,54, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,3 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,16.
- 3) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,28 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,2.
- 4) Informan 3 : prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,32, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,27 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,41.



Gambar 4.100
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

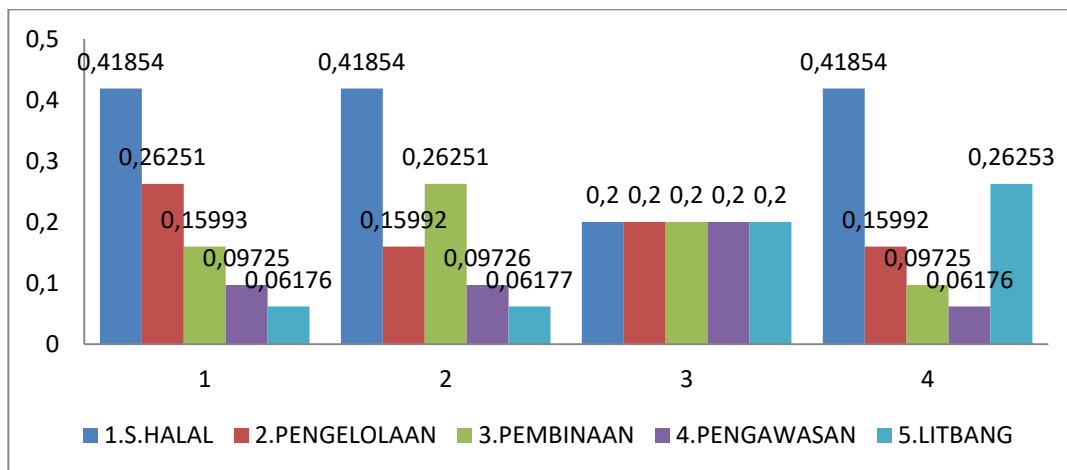
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,57 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,43.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,39 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,61.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,5.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,38 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,62.



Gambar 4.101
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

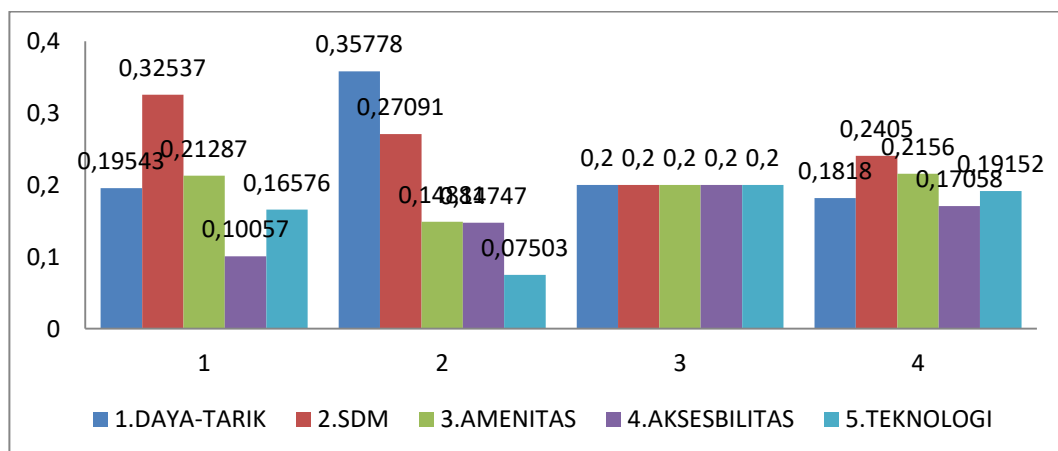
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,42, kedua adalah S.Halal sebesar 0.26, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,25, kedua adalah S.Halal sebesar 0.46, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,14 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah S.Halal sebesar 0.2, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,2 keempat adalah F.Utama sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,2.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,16, kedua adalah S.Halal sebesar 0.42, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,26 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,06.



Gambar 4.102
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah dalam mengembangkan wisata halal adalah :

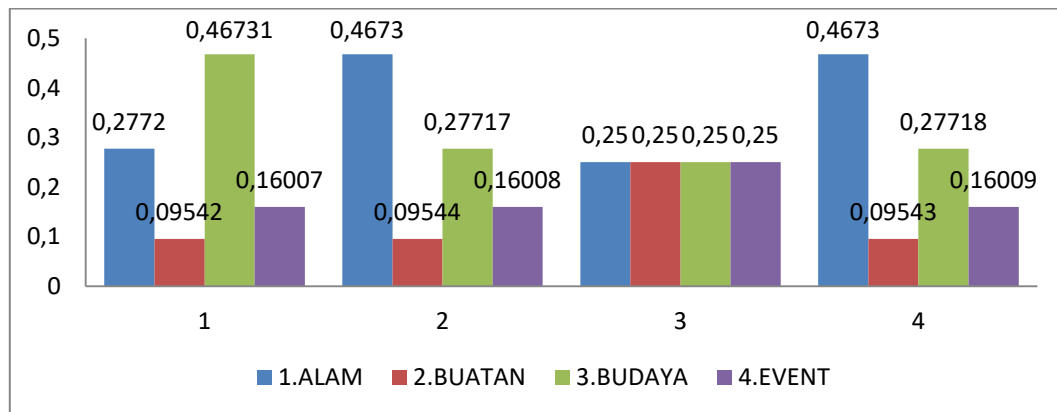
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,26, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,16 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0.16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,26 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06
- 3) Informan 3: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,2, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,2, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,2 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,2.
- 4) Informan 4: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0.16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,1 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,06 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,26.



Gambar 4.103
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

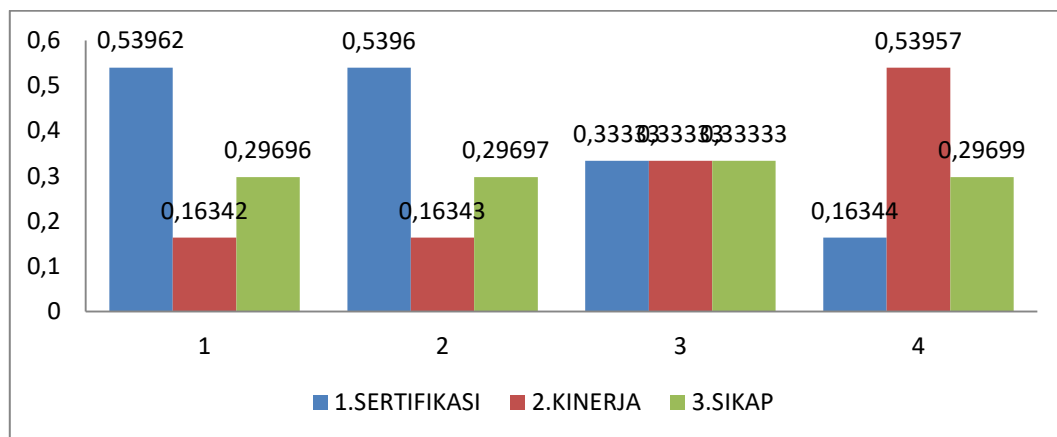
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,2, kedua adalah SDM sebesar 0,33, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,21, keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,17.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,36 , kedua adalah SDM sebesar 0.27, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,15, keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,15 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,08.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,2, kedua adalah SDM sebesar 0.2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,2, keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,2.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,18, kedua adalah SDM sebesar 0.24, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,22, keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,17 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,19.



Gambar 4.104
Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

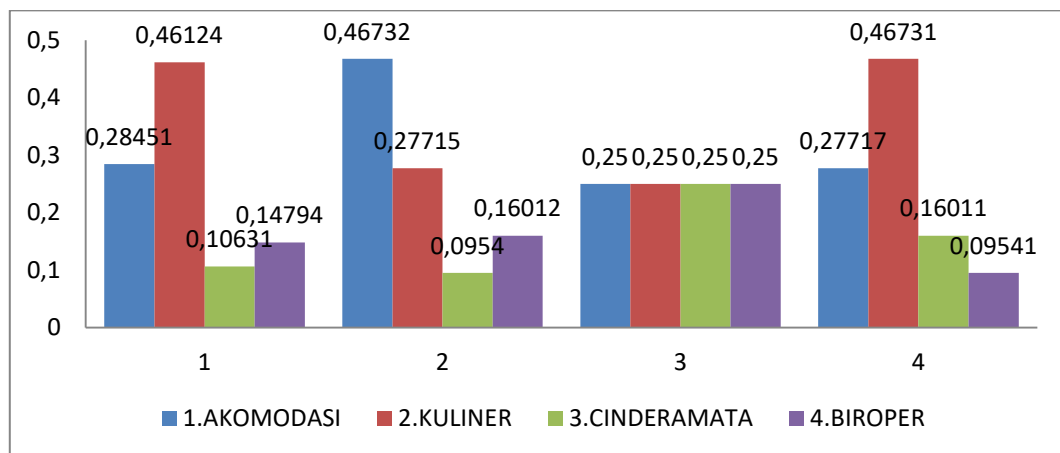
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,28, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,12, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0,14, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,25, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,25.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,47, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,16.



Gambar 4.105
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,54, kedua adalah Kinerja sebesar 0.16, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,3.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,5396, kedua adalah Kinerja sebesar 0.16, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,3.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,33, kedua adalah Kinerja sebesar 0.33, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,33.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,16, kedua adalah Kinerja sebesar 0.54, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,3.



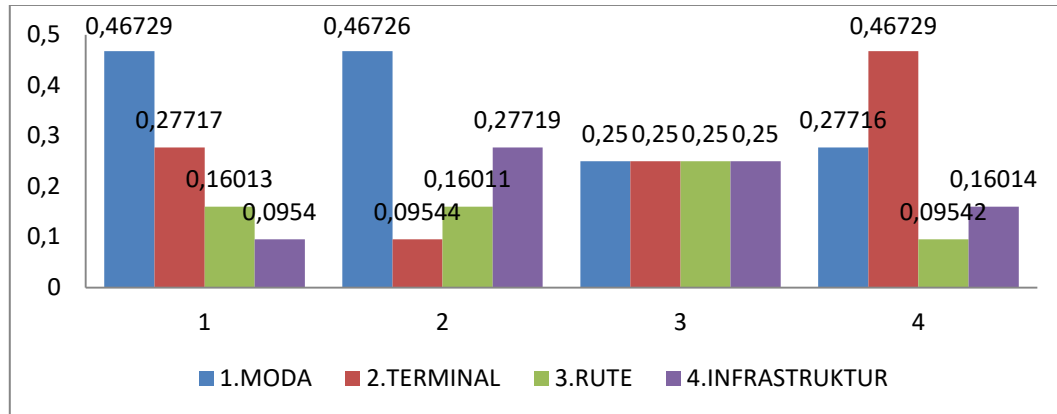
Gambar 4.106

Prioritas Aspek Amenitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,46, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,11 dan prioritas keempat adalah Aspek bioper sebesar 0,15.
- 2) Informan 2 : prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek bioper sebesar 0,16.

- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,25.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,11.

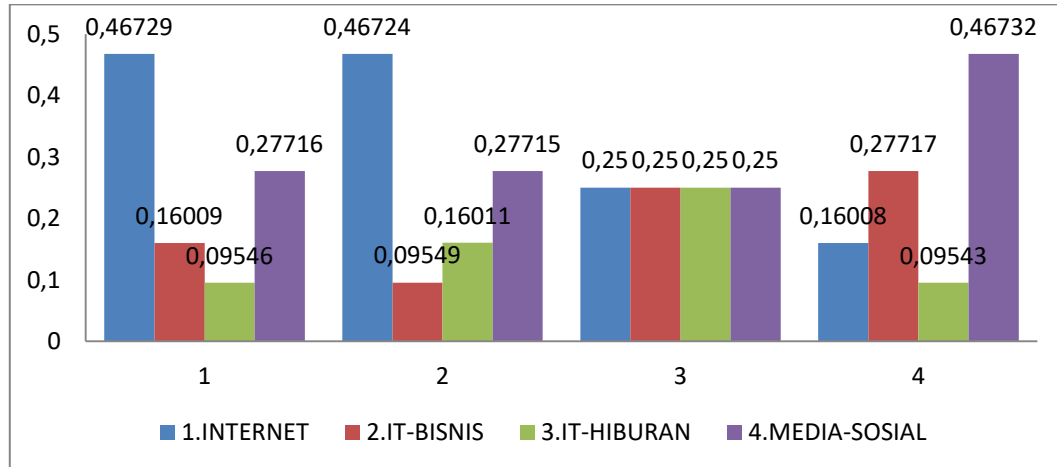


Gambar 4.107
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,47, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,28, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,1.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,47, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,14, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,28.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,25, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,25, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,25.

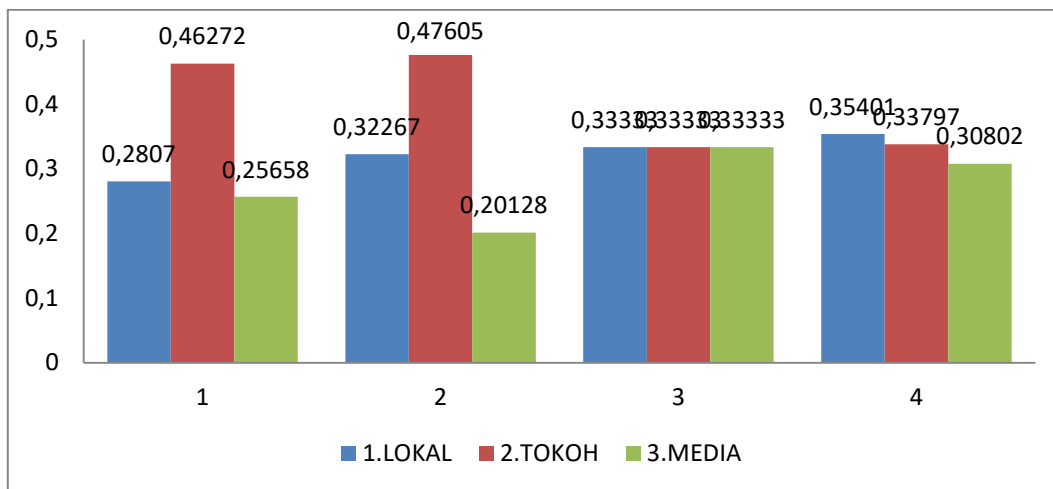
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,28, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,47, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,12 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,16.



Gambar 4.108
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

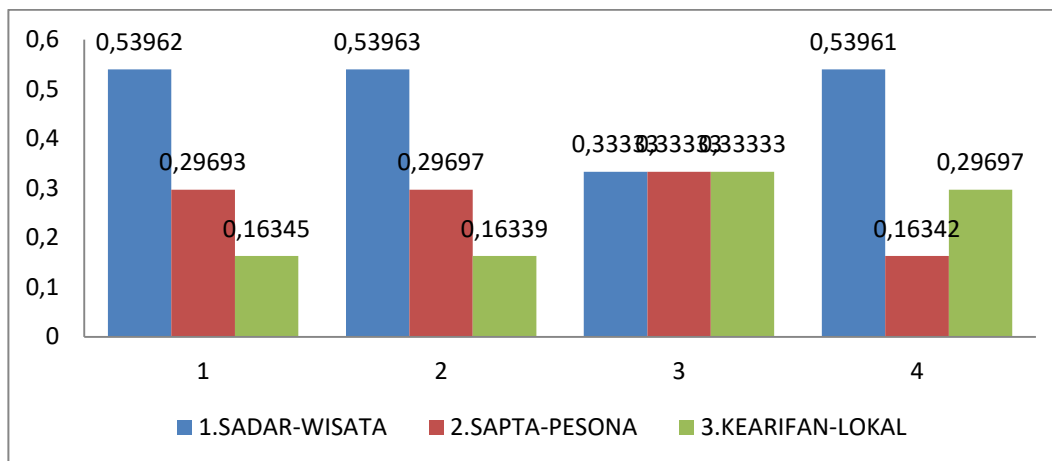
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,46, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,16, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,27.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,46, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,1, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,27.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,25, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,25, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,25.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,16, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0,27, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,46.



Gambar 4.109
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

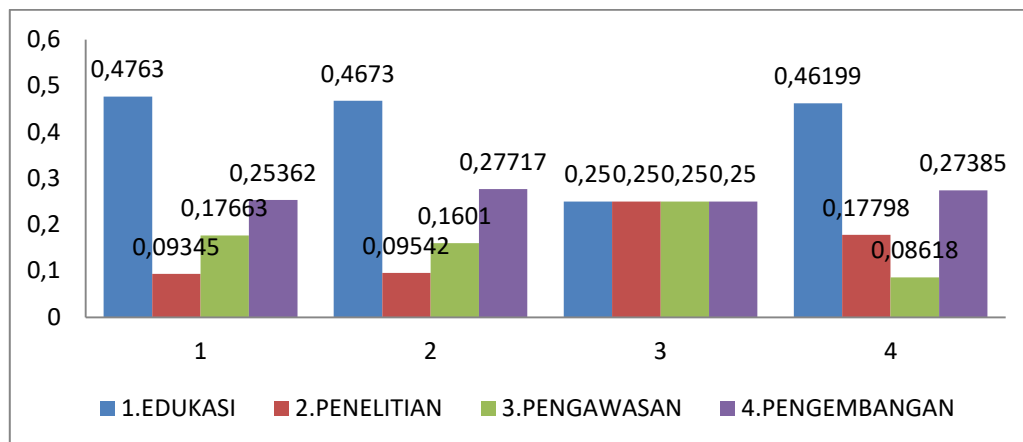
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,28, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0.46 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,32, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,48 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,2.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,33, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0.33 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,33.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,34, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0.34 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,31.



Gambar 4.110
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata halal adalah :

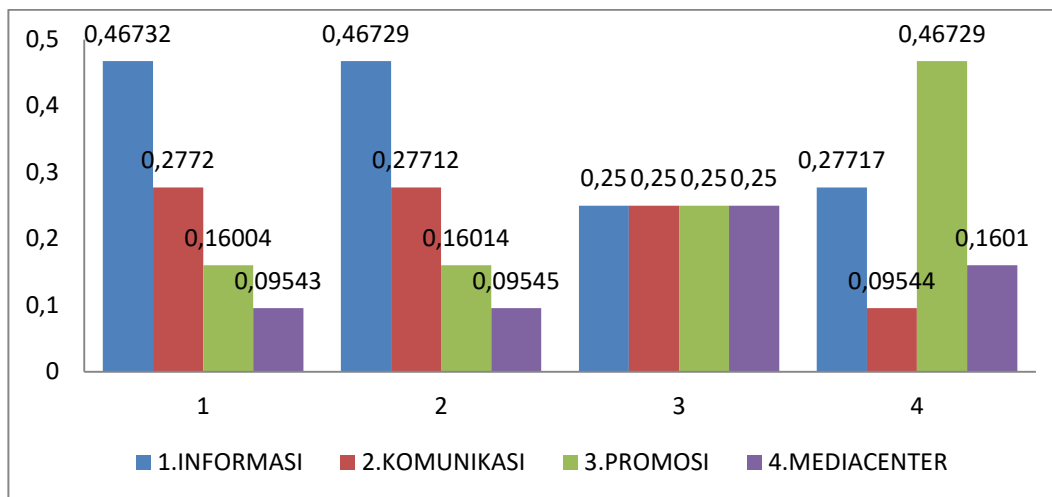
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,53, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,29 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,53, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,33, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,33 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,33.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,5, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,16 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,29.



Gambar 4.111
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,09, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,17 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,46, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,27.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,25.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,46, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,17, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,08 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,27.

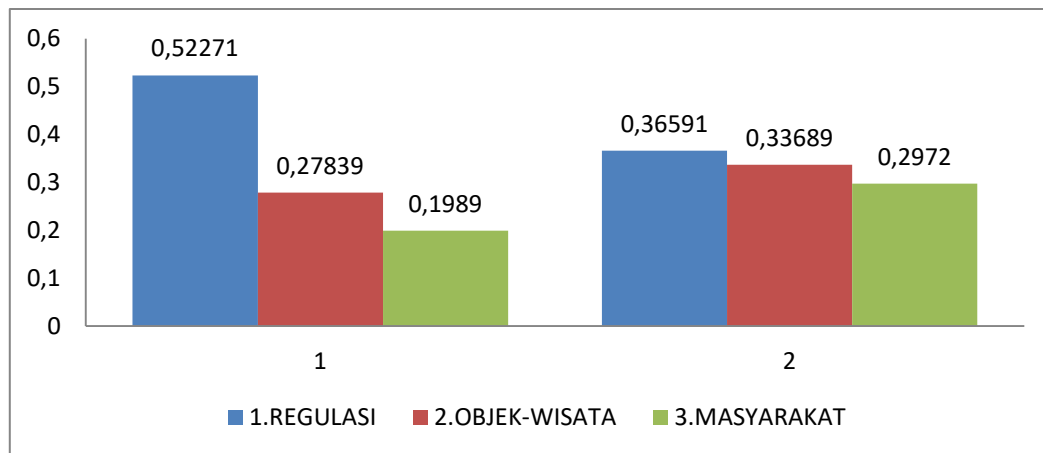


Gambar 4.112
Prioritas Aspek media Massa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Regulator

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori Regulator memprioritaskan bahwa Aspek media massa dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,46, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,27, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,09.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,46, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0,27, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,1.
- 3) Informan 3 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,25.
- 4) Informan 4 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,27, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,46 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,16.

e. Kategori Akademisi

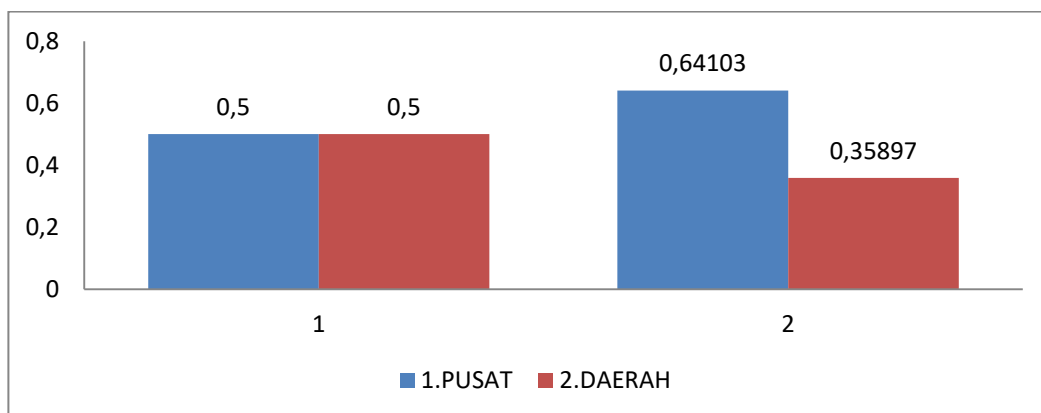


Gambar 4.113

Prioritas Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,52, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,28 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,1989.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Regulasi sebesar 0,37, kedua adalah Objek-Wisata sebesar 0,34 dan ketiga adalah Masyarakat adalah 0,3.

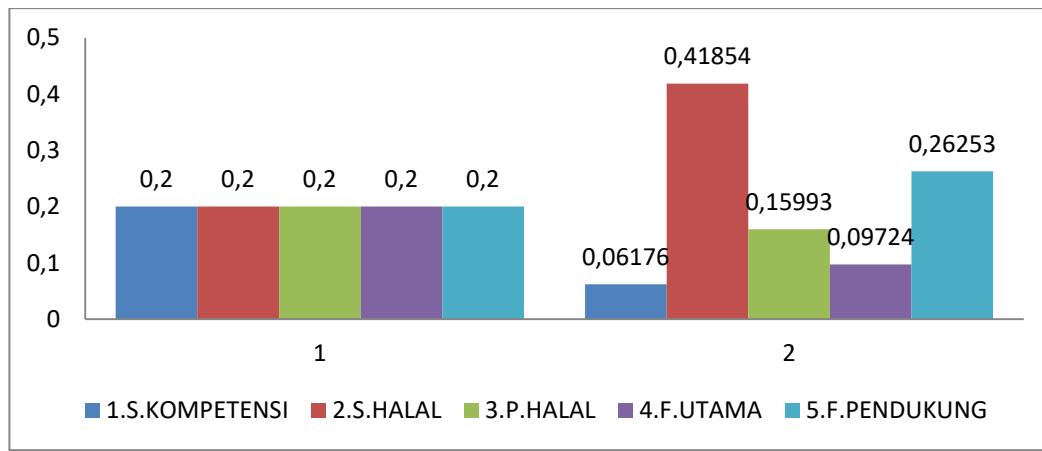


Gambar 4.114

Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi dalam mengembangkan wisata halal adalah :

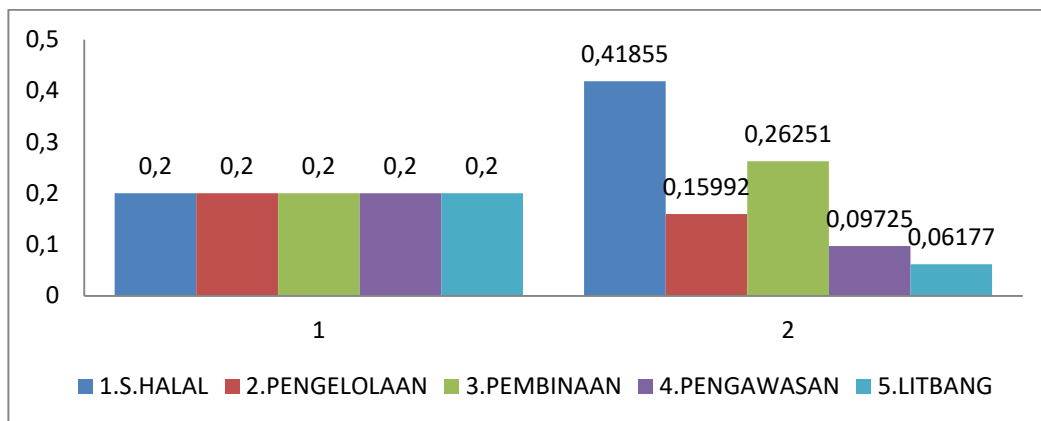
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,5 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,5.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Pusat sebesar 0,64103 dan kedua adalah Daerah sebesar 0,35897.



Gambar 4.115
Prioritas Aspek Regulas Pusati dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek regulas pusati dalam mengembangkan wisata halal adalah :

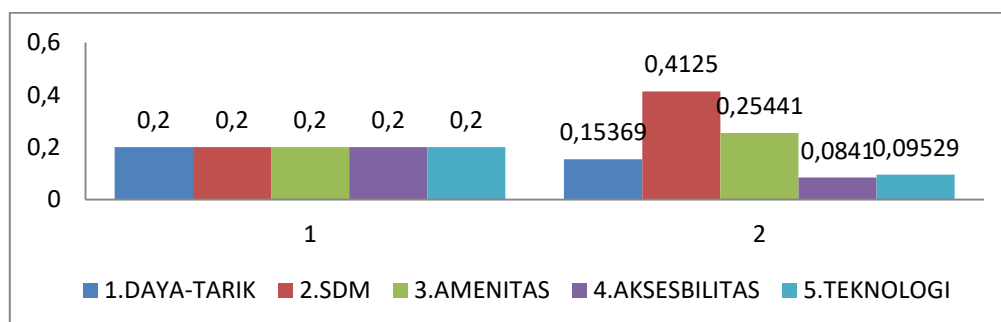
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,2, kedua adalah S.Halal sebesar 0.2, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,2 keempat adalah F.Utama sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,2.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Kompetensi sebesar 0,06, kedua adalah S.Halal sebesar 0.42, ketiga adalah P.Halal sebesar 0,16 keempat adalah F.Utama sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah F.Pendukung sebesar 0,26.



Gambar 4.116
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek regulasi daerah dalam mengembangkan wisata halal adalah :

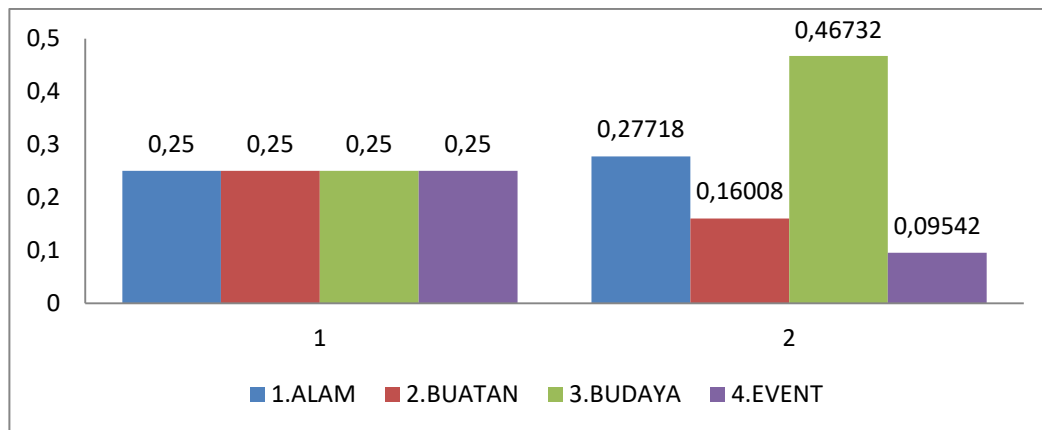
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,2, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0.2, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,2 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,2.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek S.Halal sebesar 0,42, kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0.16, ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,26 keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan prioritas kelima adalah Aspek Litbang sebesar 0,06.



Gambar 4.117
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

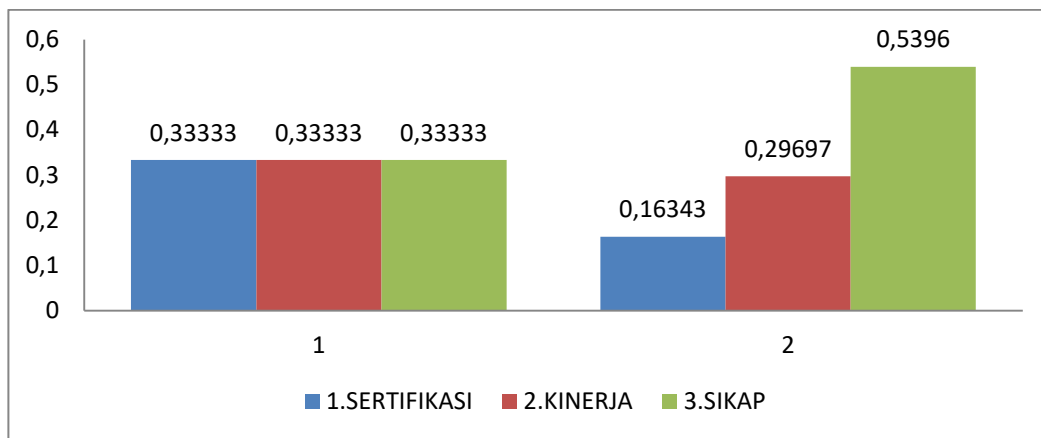
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,2, kedua adalah SDM sebesar 0.2, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,2 dan prioritas keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,2 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,2.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Daya-Tarik sebesar 0,15 , kedua adalah SDM sebesar 0.41, ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,08 dan prioritas kelima adalah Aspek Teknologi sebesar 0,1.



Gambar 4.118
Prioritas Aspek Daya Tarik Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

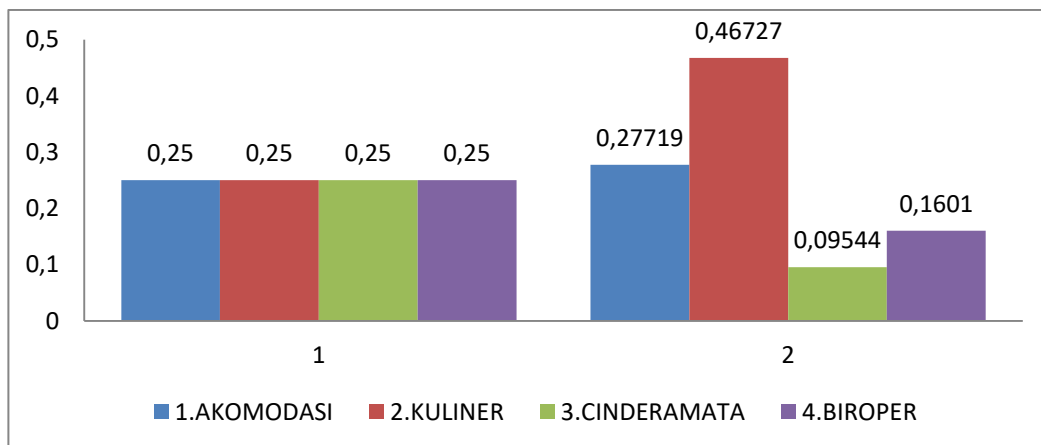
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,25, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Alam sebesar 0,278, kedua adalah Aspek buatan sebesar 0.16008, ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,47 dan prioritas keempat adalah Aspek event sebesar 0,1.



Gambar 4.119
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek sumber daya manusia dalam mengembangkan wisata halal adalah :

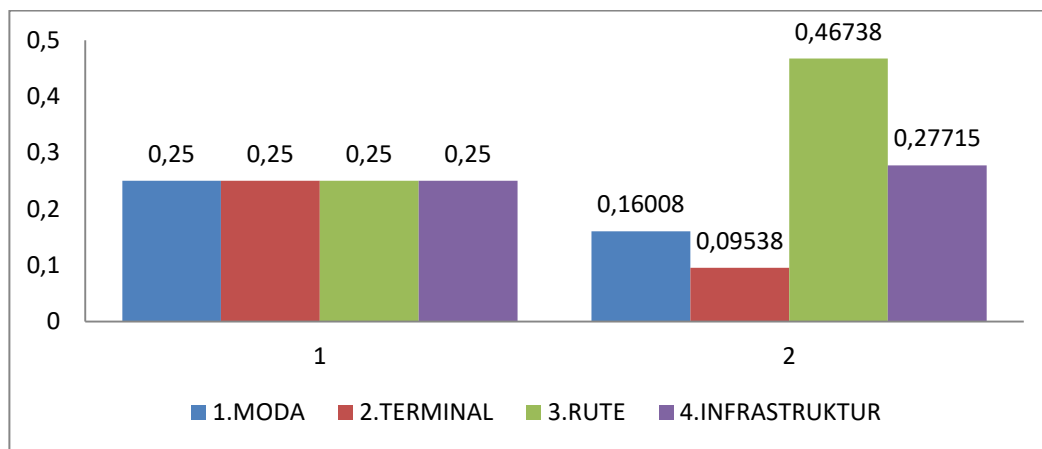
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,33, kedua adalah Kinerja sebesar 0.33, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,33.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah aspek Sertifikat sebesar 0,16, kedua adalah Kinerja sebesar 0.3, dan ketiga adalah Sikap sebesar 0,54



Gambar 4.120
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

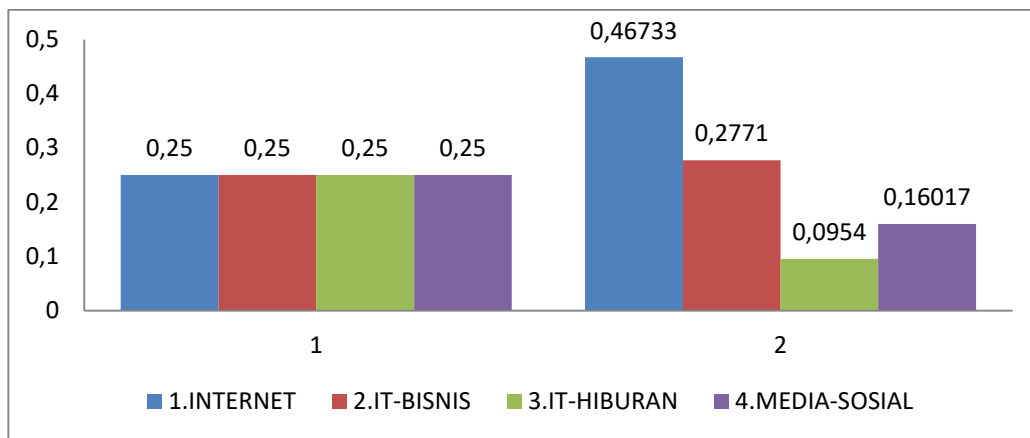
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,28, kedua adalah Aspek kuliner sebesar 0.47, ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek biroper sebesar 0,16.



Gambar 4.121
Prioritas Aspek Aksesibilitas Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa faktor aksesibilitas suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

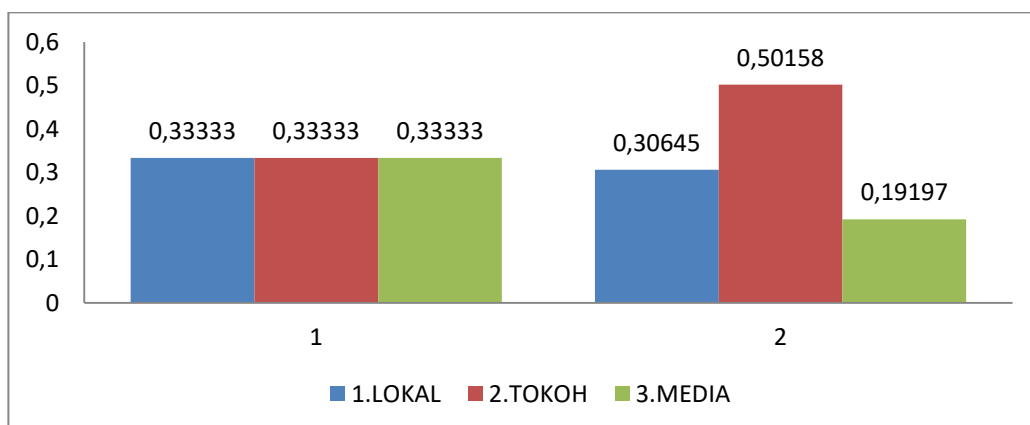
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,25, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek moda sebesar 0,16, kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,1, ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,478 dan prioritas keempat adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,28.



Gambar 4.122
Prioritas Aspek Teknologi Suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal adalah :

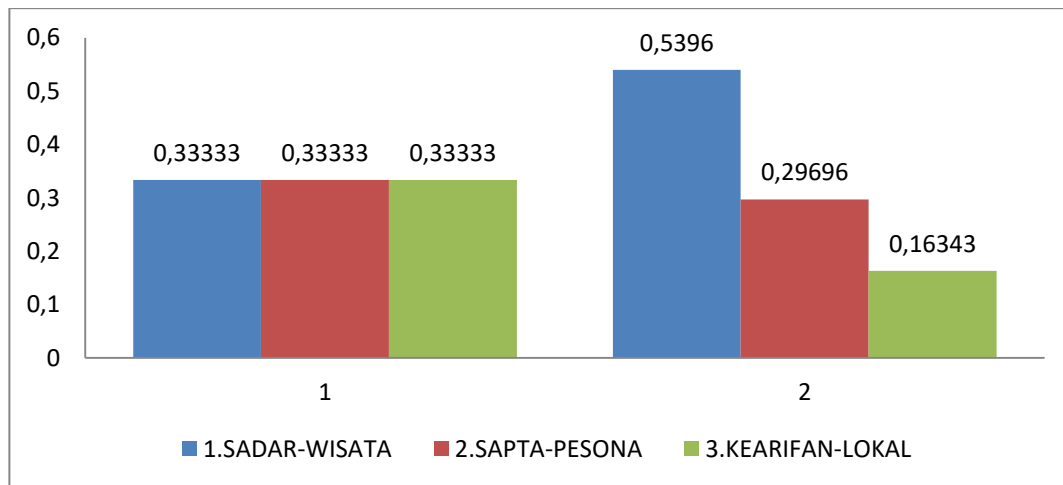
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,25, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0.25, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek internet sebesar 0,47, kedua adalah IT-Bisnis sebesar 0.28, ketiga adalah IT-Hiburan sebesar 0,1 dan prioritas keempat adalah Aspek media - Sosial sebesar 0,16.



Gambar 4.123
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

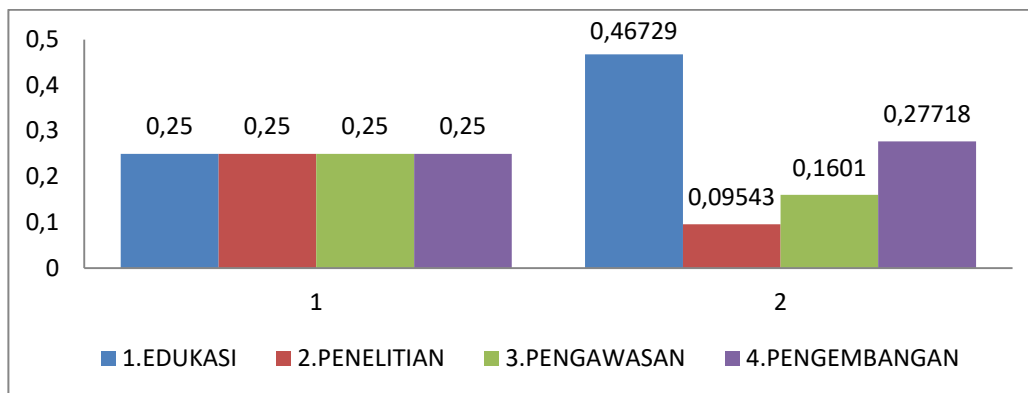
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,33, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0.33 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,33.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek lokal sebesar 0,31, kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0.5 dan ketiga adalah Aspek media sebesar 0,19



Gambar 4.124
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal Berdasarkan Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek masyarakat lokal dalam mengembangkan wisata halal adalah :

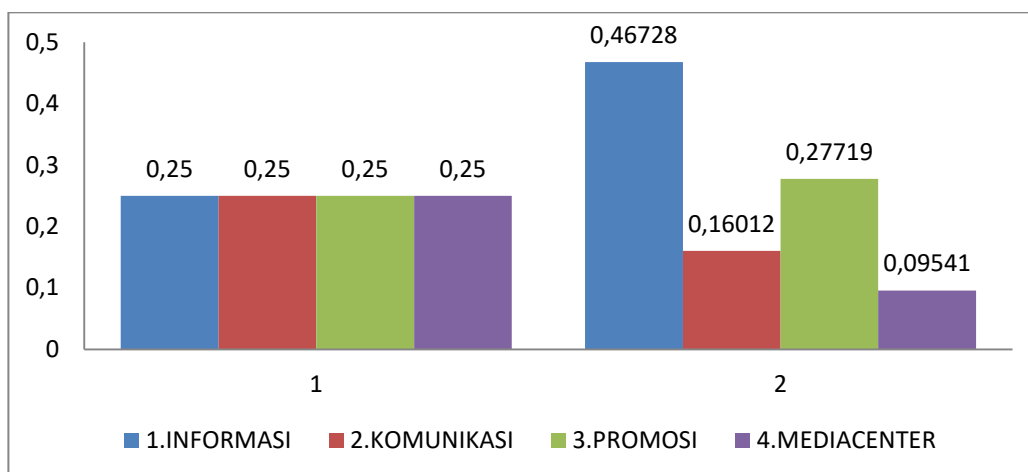
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,33, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0.33 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,33.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek Sadar-wisata sebesar 0,54, kedua adalah Aspek Sapta-pesona sebesar 0,3 dan ketiga adalah Aspek kearifan-lokal sebesar 0,16.



Gambar 4.125
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek tokoh masyarakat dalam mengembangkan wisata halal adalah :

- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek edukasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0.1, ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan prioritas keempat adalah Model sebesar 0,28.



Gambar 4.126
Prioritas Aspek media Massa dalam Model Wisata Halal Berdasarkan
Kelompok Akademisi

Dari Gambar diatas terlihat bahwa untuk kategori kelompok informan yang berasal dari kategori akademisi memprioritaskan bahwa Aspek media massa dalam mengembangkan wisata halal adalah :

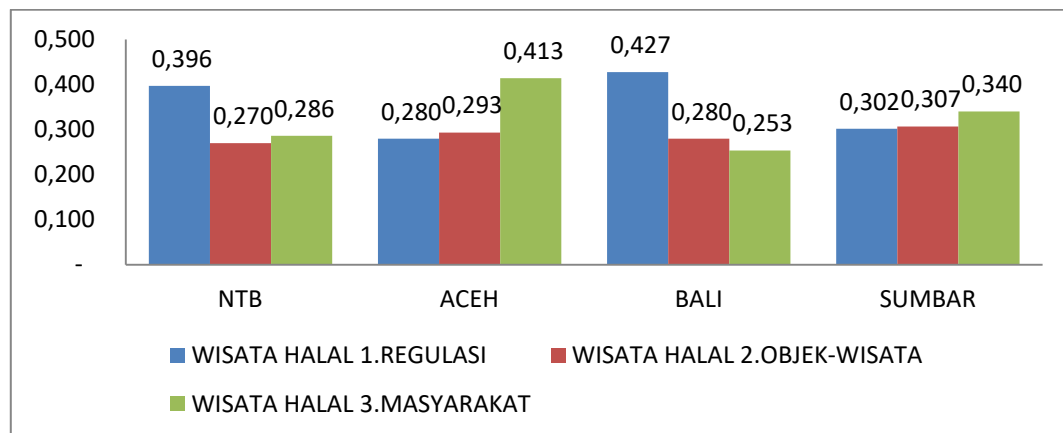
- 1) Informan 1 ; prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,25, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0.25, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,25 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,25.
- 2) Informan 2: prioritas pertama adalah Aspek informasi sebesar 0,47, kedua adalah Aspek komunikasi sebesar 0.16, ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,28 dan prioritas keempat adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,1.

B. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable

1. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Daerah

a. Aspek Model Wisata Halal

Berdasarkan hasil analisis, Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain menurut daerah adalah sebagai berikut:



Gambar 4.127
Prioritas Model Wisata Halal

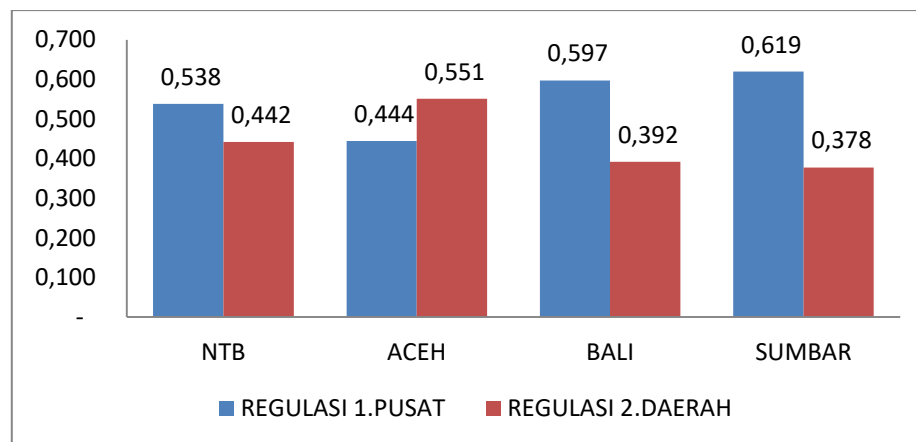
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.127 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rataan menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Daerah NTB memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,4, kemudian disusul urutan kedua adalah masyarakat sebesar 0,29, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,27.
- b. Daerah Aceh memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,41, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,29, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah regulasi sebesar 0,28.
- c. Daerah Bali memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,43, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,28, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah masyarakat sebesar 0,25.
- d. Daerah Sumut memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,34, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,31, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah sebesar 0,3.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Regulasi dengan total 1,77. Hal ini dikarenakan Regulasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Regulasi menjadi Aspek utama pada kategori Model wisata halal.

b. Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.128
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.128 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-

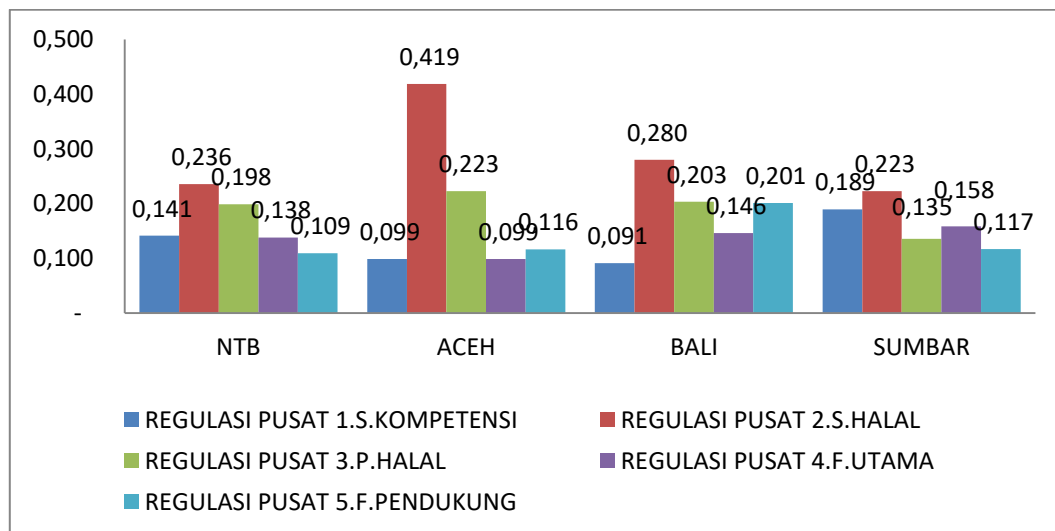
masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,54, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0, 44.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek regulasi daerah sebesar 0,44, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0, 44.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,59, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0, 39.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan aspek regulasi pusat sebesar 0,61, kemudian disusul regulasi daerah sebesar 0, 38.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Pusat dengan total 2,71. Hal ini dikarenakan Pusat paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Pusat menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasi dalam Model wisata halal.

a. Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.129
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal

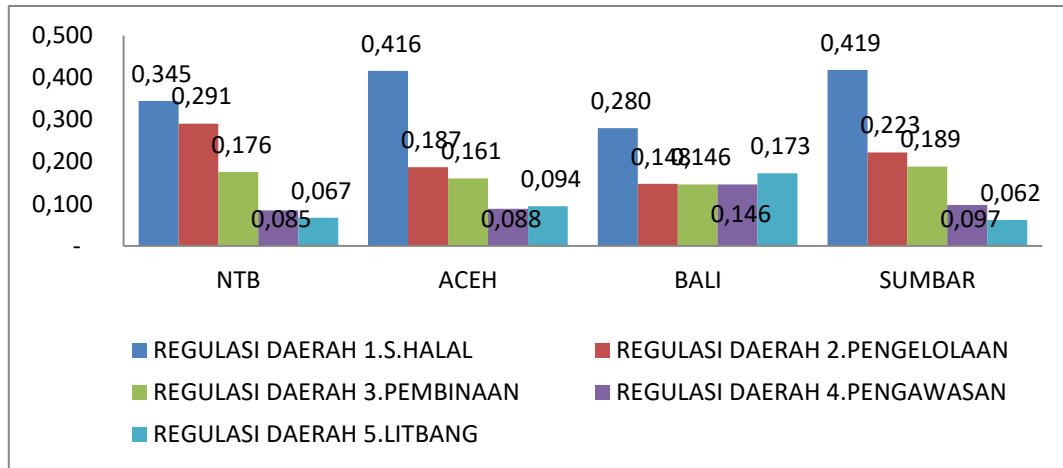
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.129 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,24, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,2, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,14, disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,14 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,11.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,42, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,22, selanjutnya urutan ketiga adalah F, Pendukung sebesar 0,12, dan disusul oleh Aspek F. Utama serta Aspek S. Kompetensi sebesar 0,1.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek S. Halal sebesar 0,28, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,2, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2, disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,15 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,09.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,22, kemudian disusul urutan kedua adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,19, selanjutnya urutan ketiga adalah Aspek F. Utama sebesar 0,16, disusul oleh Aspek P. Halal sebesar 0,135 dan urutan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,12.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek S. Halal dengan total 1,33. Hal ini dikarenakan Aspek S. Halal paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek S. Halal menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasi pusat dalam Model wisata halal.

Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.130
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal

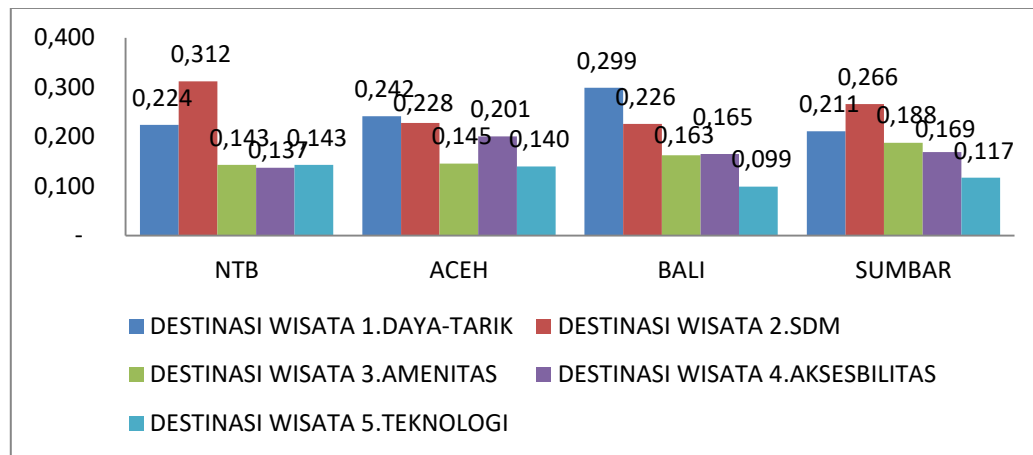
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.130 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,35, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,29, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,18, urutan keempat disusul Aspek pengawasan sebesar 0,09 dan terakhir Aspek Litbang sebesar 0,07.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,42, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,19, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,16, urutan keempat disusul Aspek Litbang sebesar 0,09 dan urutan terakhir Aspek pengawasan sebesar 0,09.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,28, urutan kedua disusul Pengelolaan, Aspek Pembinaan dan Aspek pengawasan sebesar 0,15 dan di urutan terakhir disusul Aspek Litbang sebesar 0,17.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,42, urutan kedua disusul Aspek Pengelolaan sebesar 0,22, urutan ketiga disusul Aspek Pembinaan sebesar 0,19, urutan keempat disusul Aspek pengawasan sebesar 0,1 dan di urutan terakhir Aspek Litbang sebesar 0,06.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek S. Halal dengan total 1,57. Hal ini dikarenakan Aspek S. Halal paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek S. Halal menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasi daerah dalam Model wisata halal.

b. Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.131
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.131 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan SDM sebesar 0,31, di urutan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,22, di urutan ketiga adalah Aspek Amenitas dan aspek Teknologi sebesar 0,14 serta di urutan terakhir disusul oleh Aksesibilitas sebesar 0,14.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, di urutan kedua adalah SDM sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,201, di urutan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,15 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,14.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,3, di urutan kedua adalah SDM sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aspek Aksesibilitas sebesar

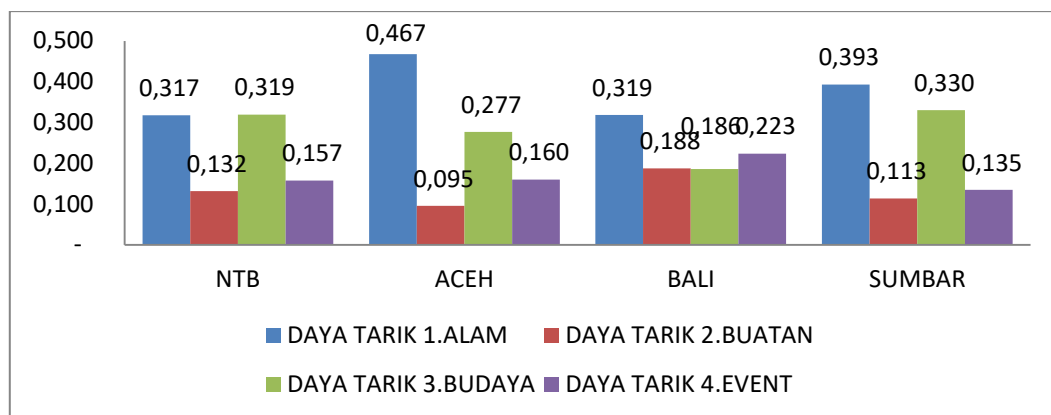
0,17, di urutan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,1.

- 4) Daerah Sumut memprioritaskan SDM sebesar 0,27, di urutan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,21, di urutan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,19, di urutan keempat sebesar Aksesibilitas sebesar 0,17 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,12.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah SDM dengan total 1,23. Hal ini dikarenakan SDM paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya SDM menjadi Aspek utama pada kategori Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal.

c. Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.132

Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.132 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

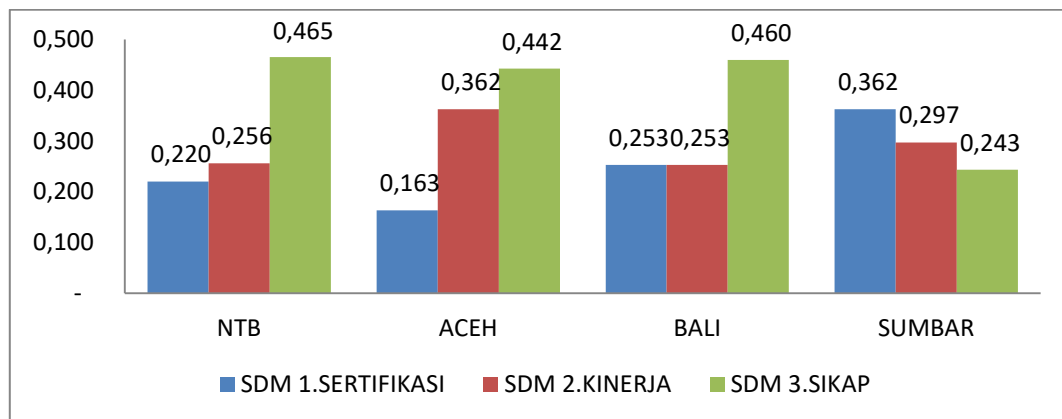
- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Alam sebesar 0,32, diurutan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,13.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,1 dan diurutan terakhir disusul Aspek event sebesar 0,16.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Aspek event sebesar 0,22, di urutan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,19 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek budaya sebesar 0,19.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,39, diurutan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,33, diurutan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,14 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,11.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Alam dengan total 1,72. Hal ini dikarenakan Alam paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Alam menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

d. Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.133
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

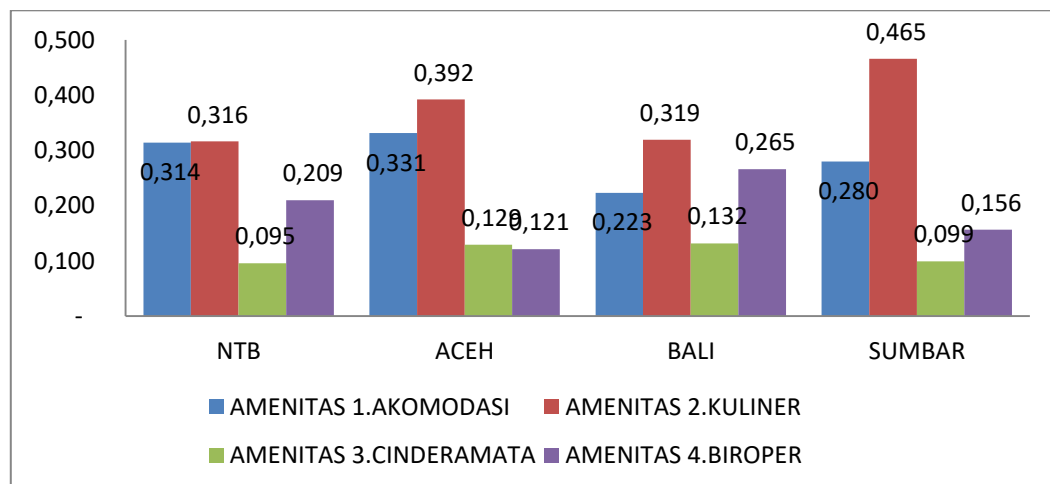
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.133 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,26 dan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,22.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,44, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,36 dan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,16.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,46 dan diurutan kedua disusul oleh Aspek event serta Kinerja sebesar 0,25.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek event sebesar 0,36, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Sikap sebesar 0,24.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Kinerja dengan total 1,46. Hal ini dikarenakan Kinerja paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Regulasi menjadi Aspek utama pada kategori Aspek sumber daya manusia suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

e. Aspek Amenitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.134
Prioritas Aspek Amenitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

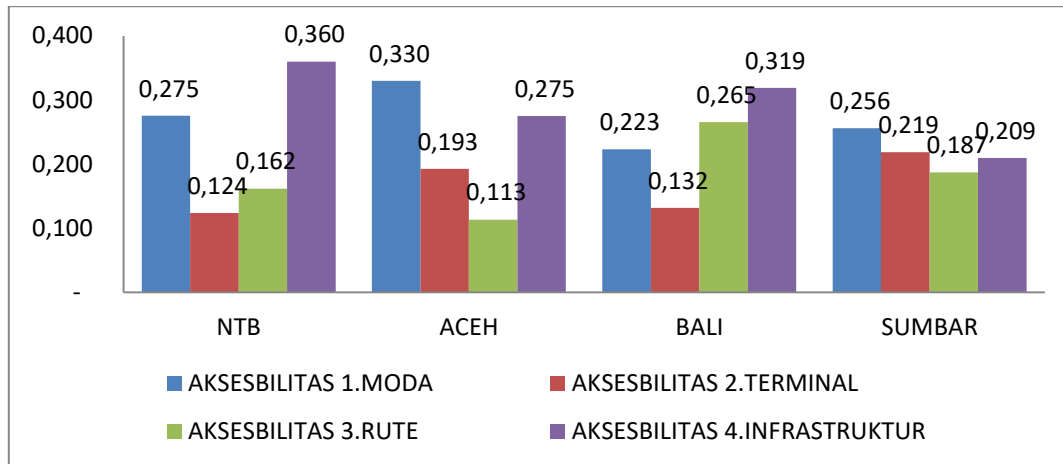
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.134 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, di urutan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,31, di urutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,21 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,39, di urutan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,33, di urutan ketiga adalah Aspek cinderamata sebesar 0,13 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek biroper sebesar 0,12.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, di urutan kedua adalah Aspek biroper sebesar 0,27, di urutan ketiga adalah Aspek akomodasi sebesar 0,22 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,47, di urutan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,28, di urutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek kuliner dengan total 1,79. Hal ini dikarenakan Aspek kuliner paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek kuliner menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Amenitas suatu aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

- f. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.135
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.135 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

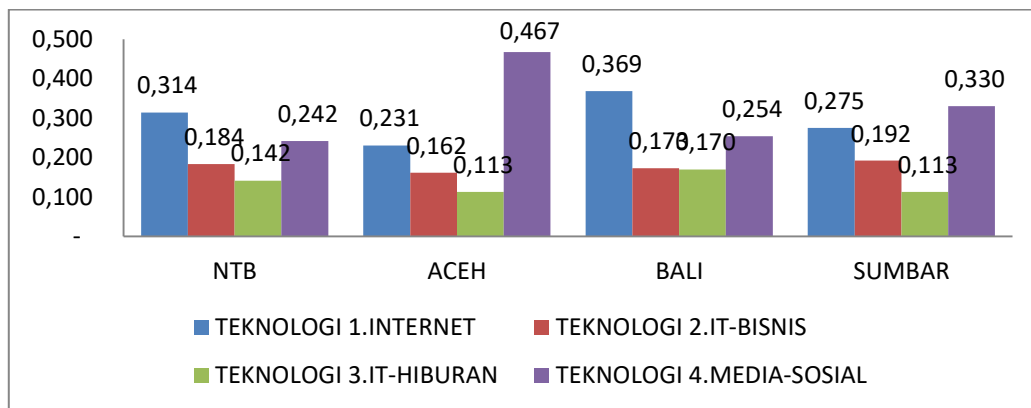
- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah aspek rute sebesar 0,16 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,12.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek terminal sebesar 0,19 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,11.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek rute sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek moda sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,22, diurutkan ketiga adalah Aspek

infrastruktur sebesar 0,21 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,19

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek infrastruktur dengan total 1,53. Hal ini dikarenakan Aspek infrastruktur paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek infrastruktur menjadi Aspek utama pada kategori Aspek aksesibilitas suatu aspek Daya Tarik destinasi wisata dalam Model wisata halal.

g. Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.136
Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.136 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,31, diurutan kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,14.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,23, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,11.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,37, diurutan kedua

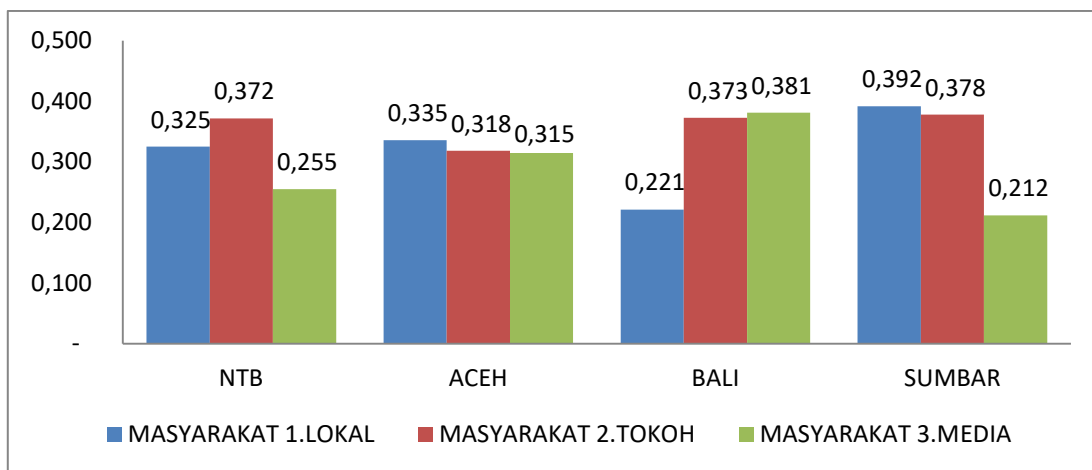
adalah Aspek media Sosial sebesar 0,25, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,17 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,11.

- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,33, diurutan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,19 dan diurutan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,11.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek internet dengan total 1,58. Hal ini dikarenakan Aspek internet paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek internet menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

h. Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.137
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.137 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

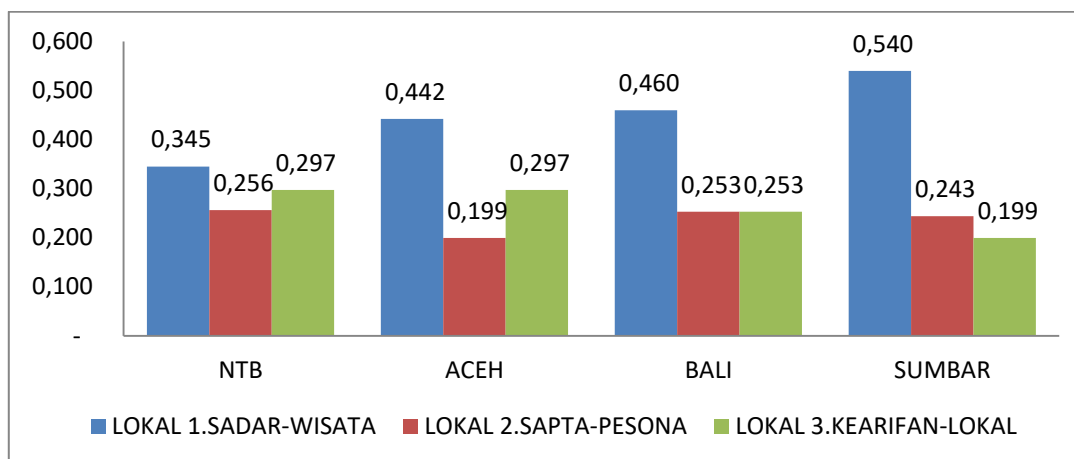
- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,37, diurutan kedua adalah Aspek lokal sebesar 0,33 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,26.

- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek lokal sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,32.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek media sebesar 0,38, diurutan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,37 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek lokal sebesar 0,22.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek lokal 0,39, diurutan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,38 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,21.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek tokoh dengan total 1,81. Hal ini dikarenakan Aspek tokoh paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya aspek tokoh menjadi Aspek utama pada kategori Aspek masyarakat dalam Model wisata halal.

i. Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.138
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal

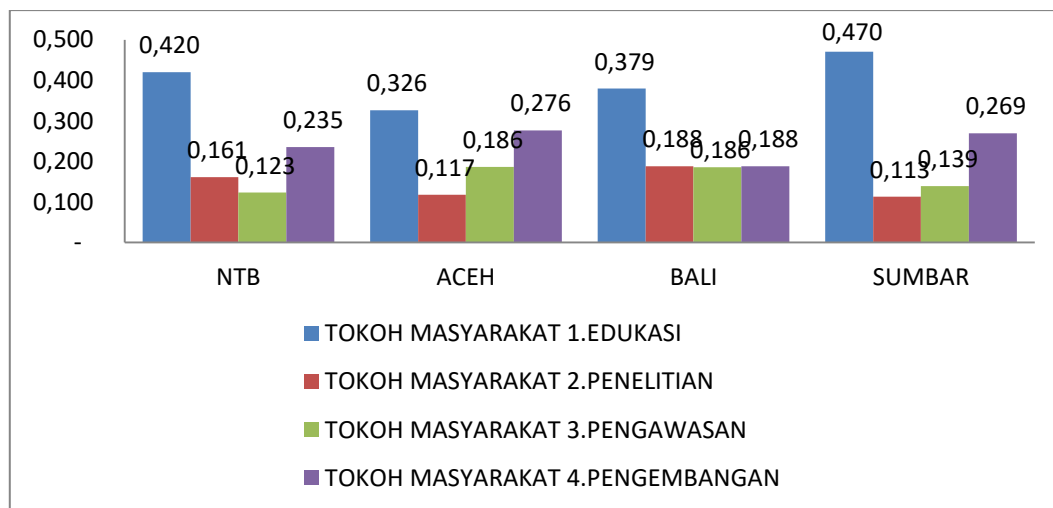
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.138 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,35, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona sebesar 0,26.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,44, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona sebesar 0,2.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,46 dan diurutan kedua disusul oleh Aspek sapta pesona dan Aspek kearifan lokal.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,54, diurutan kedua adalah Sapta Aspek lokal sebesar 0,24 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,2.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek sadar wisata dengan total 1,99. Hal ini dikarenakan Aspek sadar wisata paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek sadar wisata menjadi Aspek utama pada kategori fakto masyarakat lokal dalam Model wisata halal.

j. Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.139
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal

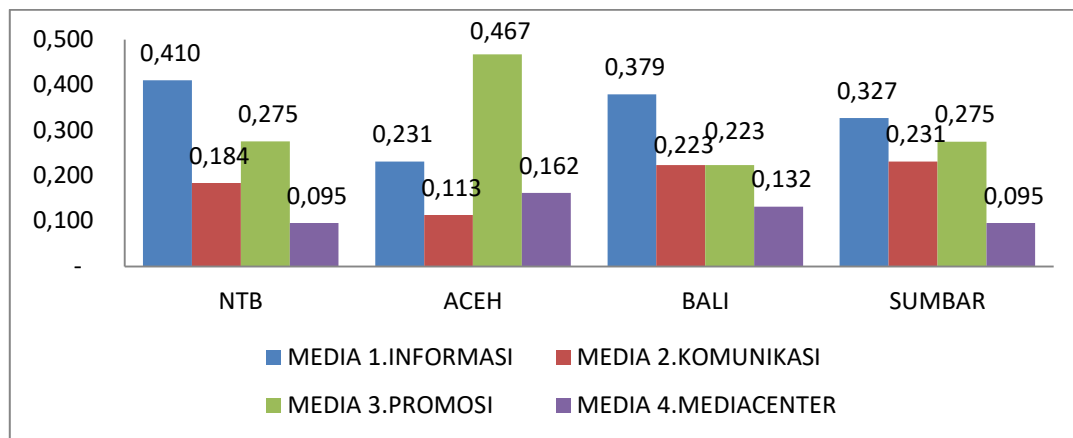
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.139 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,42, di urutan kedua adalah Model sebesar 0,23, di urutan ketiga adalah Aspek penelitian sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,12.
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,33, di urutan kedua adalah Model sebesar 0,28, di urutan ketiga adalah Aspek pengawasan dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,12.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, di urutan kedua adalah Aspek penelitian dan Model sebesar 0,19 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,19.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,47, di urutan kedua adalah Model sebesar 0,27, di urutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,14 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,11.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek edukasi dengan total 1,92. Hal ini dikarenakan Aspek edukasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek edukasi menjadi Aspek utama pada kategori Aspek tokoh masyarakat dalam Model wisata halal.

k. Aspek media dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.140
Prioritas Aspek media dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.140 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata menurut daerah, maka untuk daerah masing-masing daerah dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Daerah NTB memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,41, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,1
- 2) Daerah Aceh memprioritaskan Aspek promosi sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Aspek informasi sebesar 0,23, diurutkan ketiga adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,16 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek komunikasi sebesar 0,11.
- 3) Daerah Bali memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,378, diurutkan kedua adalah Aspek komunikasi dan Aspek promosi sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,13.
- 4) Daerah Sumut memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,23 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Mediacenter sebesar 0,1.

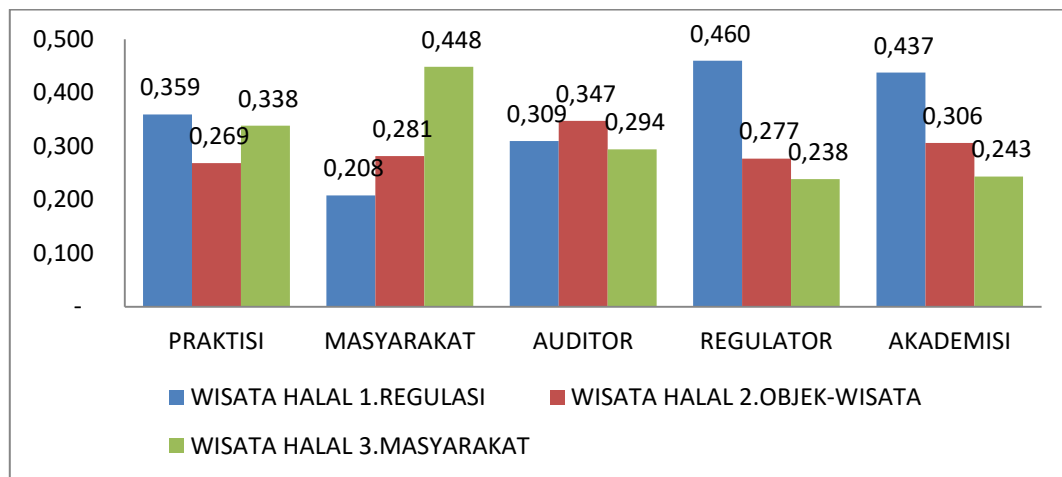
Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek informasi dengan total 1,68. Hal ini dikarenakan Aspek informasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek informasi menjadi Aspek utama pada kategori Aspek media dalam Model wisata halal.

2. Rataan Dominan Model Wisata Halal Yang Sustainable Berdasarkan Kategori

a. Aspek Model Wisata Halal

Berdasarkan hasil analisis, kelompok praktisi memprioritaskan Aspek-Aspek yang dominan dalam Model wisata halal yang sustain sebagai berikut:



Gambar 4.141
Prioritas Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.141 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

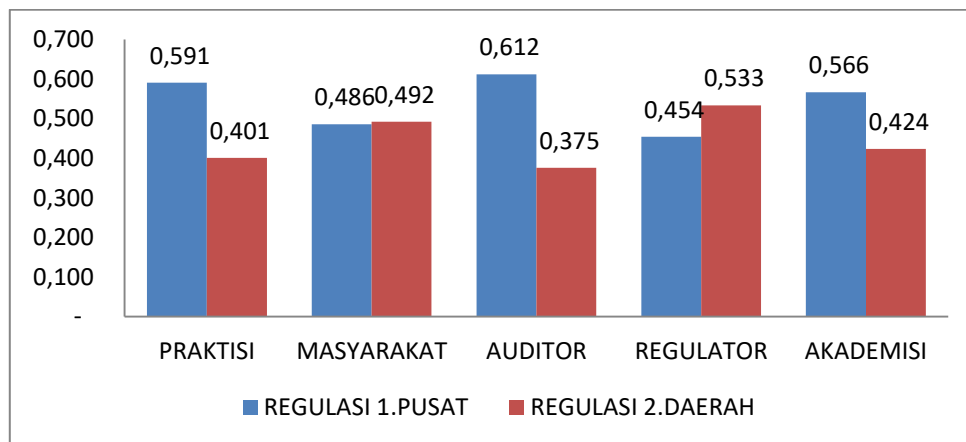
- 1) Praktisi memprioritaskan aspek regulasi sebesar 0,36, kemudian disusul urutan kedua adalah masyarakat sebesar 0,34, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah sebesar 0,27,
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek masyarakat sebesar 0,45, kemudian disusul urutan kedua adalah aspek Objek Wisata sebesar 0,28, dan selanjutnya yang urutan ketiga adalah regulasi sebesar 0,21

- 3) Auditor memprioritaskan aspek Masyarakat sebesar 0,35, di urutan kedua adalah Regulasi sebesar 0,31 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek Objek Wisata sebesar 0,29.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Regulasi sebesar 0,46, urutan kedua adalah Masyarakat sebesar 0,28 dan di urutan terakhir disusul oleh aspek Objek Wisata sebesar 0,24.
- 5) Akademisi memprioritaskan Regulasi sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Masyarakat sebesar 0,31 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Objek Wisata sebesar 0,24.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Regulasi dengan total 1,41. Hal ini dikarenakan regulasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya regulasi menjadi Aspek utama pada kategori Model wisata halal

b. Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.142
Prioritas Aspek Regulasi dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.142 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

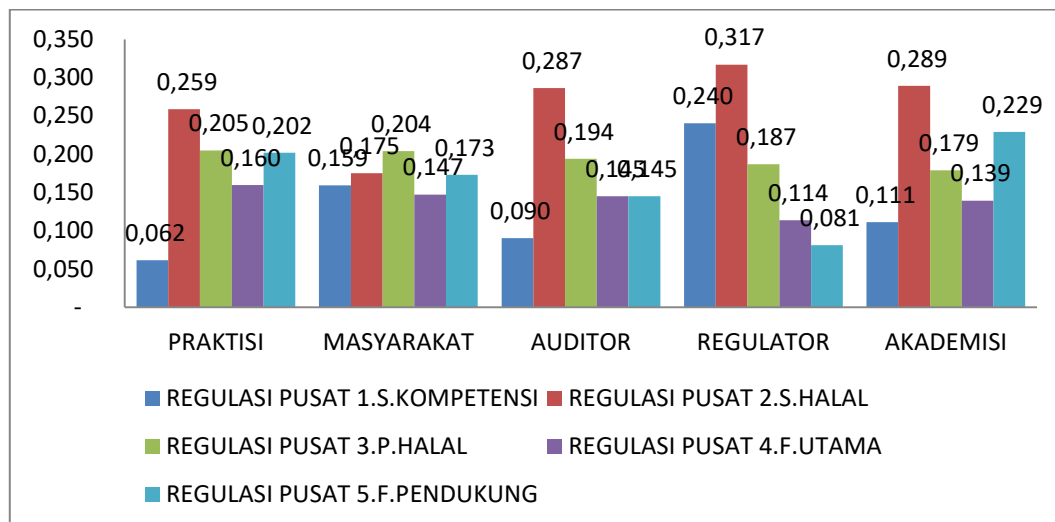
- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Pusat sebesar 0,59 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,41.

- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek Daerah sebesar 0,49 dan disusul oleh Pusat sebesar 0,49.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Pusat sebesar 0,61 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,38.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Daerah sebesar 0,53 dan disusul oleh Pusat sebesar 0,45.
- 5) Akademisi memprioritaskan Pusat sebesar 0,57 dan disusul oleh Daerah sebesar 0,42.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Regulasi Pusat dengan total 2,2. Hal ini dikarenakan Regulasi Pusat paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Regulasi Pusat menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasi Model wisata halal.

c. Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.143
Prioritas Aspek Regulasi Pusat dalam Model Wisata Halal

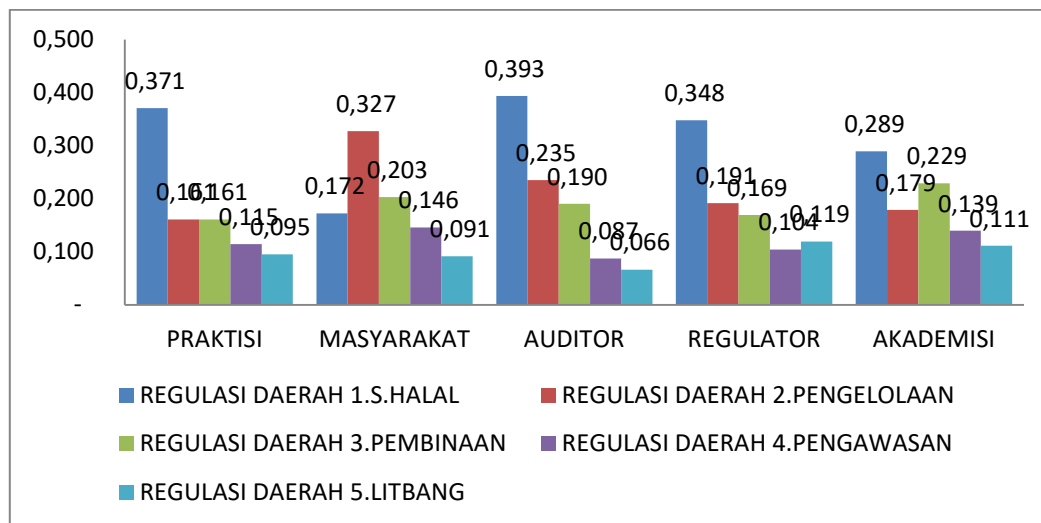
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.143 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,26, diurutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,21, diurutan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,2, di urutan keempat adalah F. Utama sebesar 0,16 dan di urutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,06.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek P. Halal sebesar 0,2, diurutan kedua adalah Aspek S. Halal sebesar 0,18, diurutan ketiga adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,17, diurutan keempat adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,159 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek F. Utama sebesar 0,15.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutan kedua adalah Aspek P. Halal sebesar 0,19, diurutan ketiga adalah Aspek F. Utama dan Aspek F. Pendukung sebesar 0,15 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,09.
- 4) Regulator memprioritaskan. Aspek S. Halal sebesar 0,32, diurutan kedua adalah Aspek S. Kompetensi sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,19, diurutan keempat adalah Aspek F. Utama sebesar 0,11 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek F. Pendukung sebesar 0,08.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutan kedua adalah Aspek F. Pendukung sebesar 0,23, diurutan ketiga adalah Aspek P. Halal sebesar 0,18, diurutan keempat adalah Aspek F. Utama sebesar 0,14 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek S. Kompetensi sebesar 0,11.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek S. Halal dengan total 1,16. Hal ini dikarenakan Aspek S. Halal paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek S. Halal menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasi pusat dalam Model wisata halal.

d. Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.144
Prioritas Aspek Regulasi Daerah dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.144 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

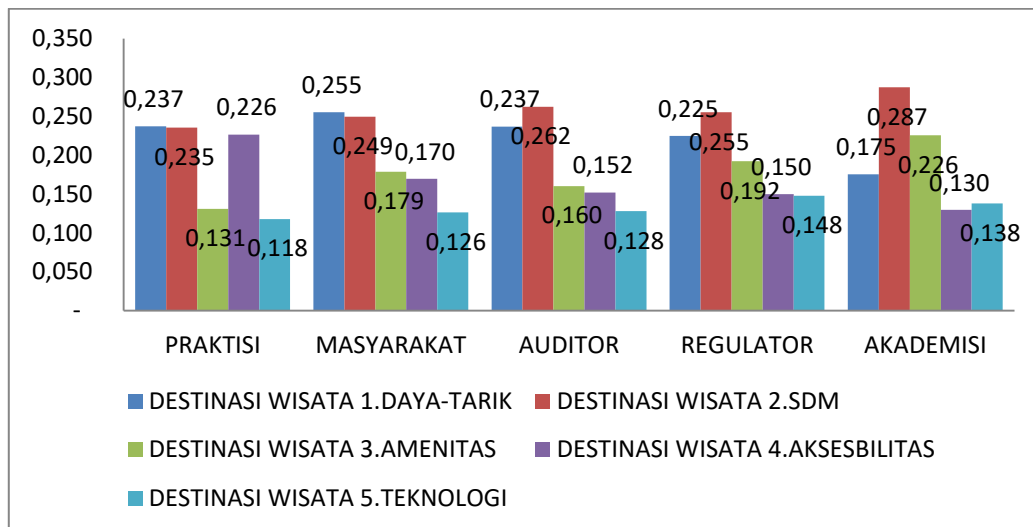
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,37, diurutkan kedua adalah Aspek Pengelolaan dan Aspek Pembinaan sebesar 0,16, diurutkan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,12 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,1.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek Pengelolaan sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,2, diurutkan ketiga adalah Aspek S. Halal sebesar 0,17, diurutkan keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,09.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,39, diurutkan kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,19, diurutkan keempat adalah Aspek pengawasan sebesar 0,09 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,07.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,19, diurutkan ketiga adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,17, diurutkan keempat adalah Aspek Litbang sebesar 0,12 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,1.

- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek S. Halal sebesar 0,29, diurutan kedua adalah Aspek Pembinaan sebesar 0,23, diurutan ketiga adalah Aspek Pengelolaan sebesar 0,18, diurutan keempat adalah Aspek pengawasan dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Litbang sebesar 0,11.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek S. Halal dengan total 1,46. Hal ini dikarenakan Aspek S. Halal paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek S. Halal menjadi Aspek utama pada kategori Aspek regulasidaerah dalam Model wisata halal.

e. Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.145
Prioritas Aspek Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.145 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

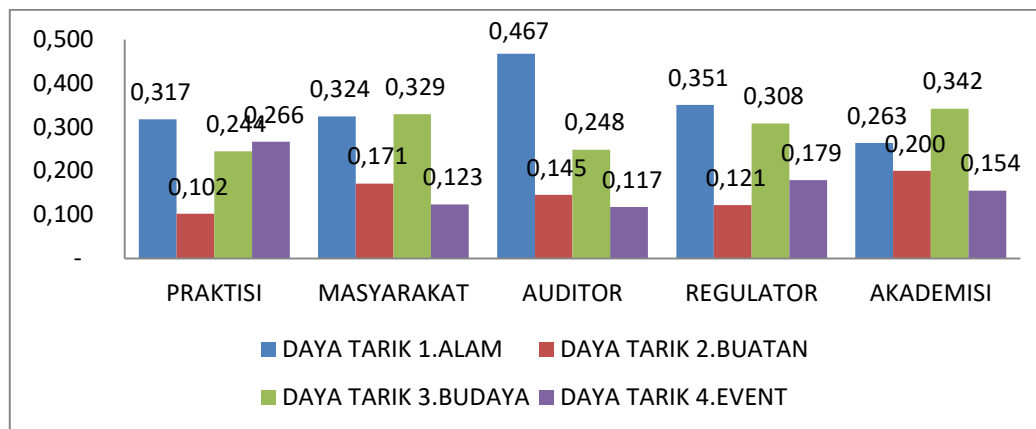
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, diurutan kedua adalah SDM sebesar 0,24, diurutan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,23, diurutan keempat adalah Aspek Amenitas sebesar 0,131 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,12.

- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek Daya Tarik sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah SDM sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,18 , diurutkan keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,17 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek SDM sebesar 0,26, diurutkan kedua adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek Amenitas sebesar 0,16, diurutkan keempat adalah Aksesibilitas sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,13.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek Daya Tarik dan SDM sebesar 0,23, diurutkan kedua adalah Aspek Amenitas sebesar 0,19, diurutkan ketiga adalah Aksesibilitas sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek Teknologi sebesar 0,15.
- 5) Akademisi memprioritaskan aspek SDM sebesar 0,29, diurutkan kedua adalah Aspek Amenitas sebesar 0,23, diurutkan ketiga adalah Aspek Daya Tarik sebesar 0,18, diurutkan keempat adalah Aspek Teknologi sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aksesibilitas sebesar 0,13.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah SDM dengan total 1,03. Hal ini dikarenakan SDM paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya SDM menjadi Aspek utama pada kategori Aspek destinasi wisata dalam Model wisata halal.

f. Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.146
Prioritas Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.146 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

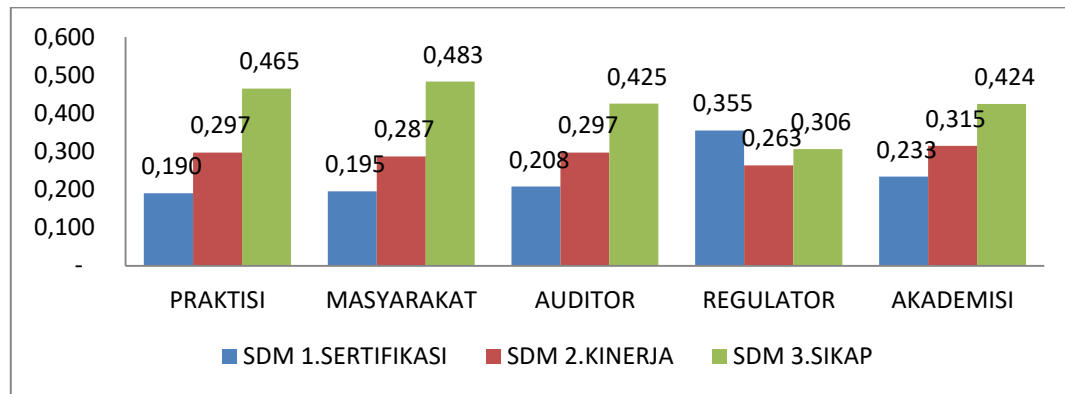
- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek event sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek budaya sebesar 0,24 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek buatan sebesar 0,1.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,33, diurutkan kedua adalah Alam sebesar 0,32, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,17 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,47, diurutkan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,12.
- 4) Regulator memprioritaskan aspek Alam sebesar 0,35, diurtan kedua adalah Aspek budaya sebesar 0,31, diurutkan ketiga adalah Aspek event sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir diususul oleh Aspek buatan sebesar 0,12.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek budaya sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Alam sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah Aspek buatan sebesar 0,2 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,15.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Alam dengan total 1,5. Hal ini dikarenakan Alam paling banyak dipilih dari seluruh

kategori. Artinya Alam menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

g. Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.147
Prioritas Aspek Sumber Daya Manusia suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

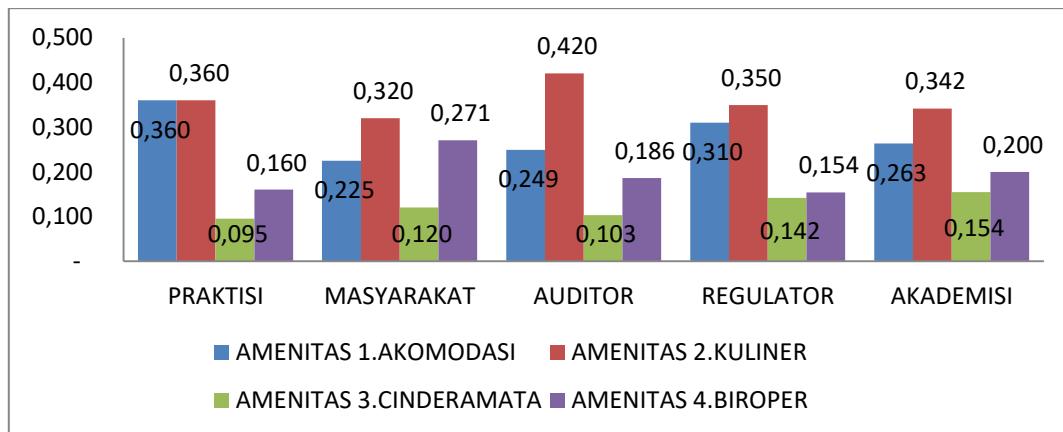
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.147 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,47, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,19.
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,483, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,287 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,195.
- 3) Auditor memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,43, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,3 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,21.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek event sebesar 0,36, diurutan kedua adalah Sikap sebesar 0,31 dan diurutan terakhir disusul oleh Kinerja sebesar 0,263.
- 5) Akademisi memprioritaskan aspek Sikap sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Kinerja sebesar 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek event sebesar 0,23.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah aspek Kinerja dengan total 1,17. Hal ini dikarenakan Kinerja paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Kinerja menjadi Aspek utama pada kategori Aspek sumber daya manusia suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

h. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.148
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.148 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

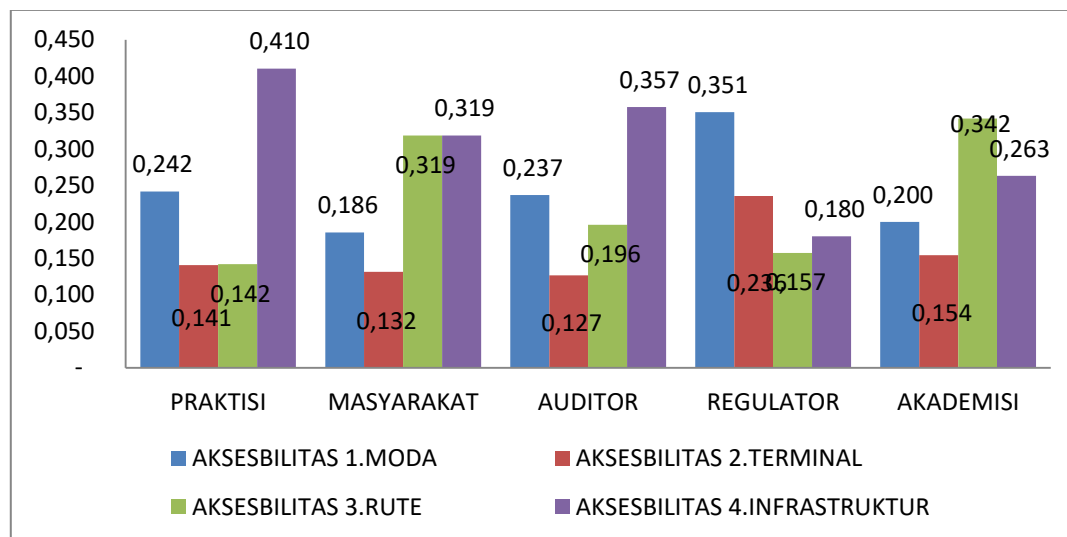
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek akomodasi sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek bioper sebesar 0,16 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek cenderamata sebesar 0,1.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek bioper sebesar 0,27, diurutkan ketiga adalah Aspek akomodasi sebesar 0,23 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek cenderamata sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,42, diurutkan kedua adalah Aspek akomodasi sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek

biroper sebesar 0,19 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,1.

- 4) Regulator memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,35, diurutan kedua adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,31, diurutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,15 dan diurutan terakhir adalah Cinderamata sebesar 0,14.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek kuliner sebesar 0,34, diurutan kedua adalah Aspek akomodasi modasi sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek biroper sebesar 0,2 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek cinderamata sebesar 0,15.

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek kuliner dengan total 1,49. Hal ini dikarenakan Aspek kuliner paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek kuliner menjadi Aspek utama pada kategori Aspek aksesibilitas suatu aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

- i. Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.149
Prioritas Aspek Aksesibilitas suatu Aspek Daya Tarik suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

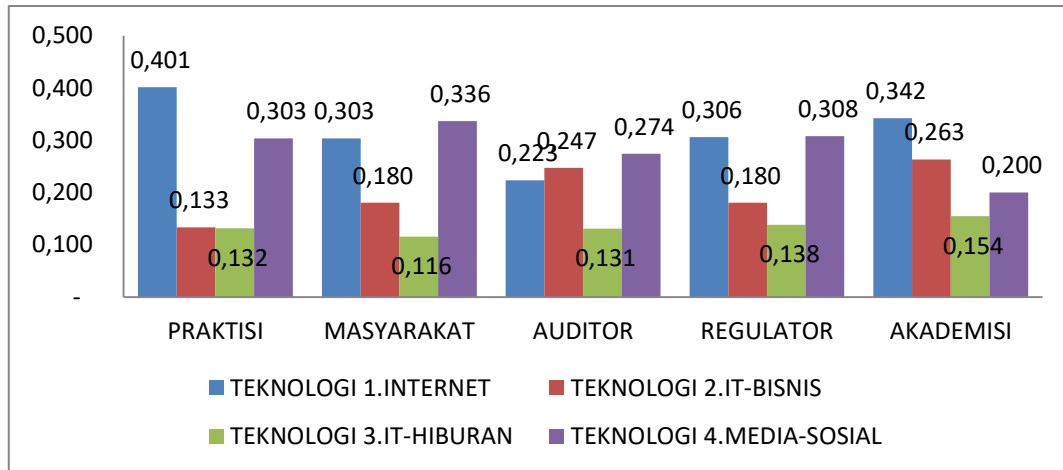
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.149 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,41, diurutkan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,14.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek infrastruktur dan Aspek rute sebesar 0,32, diurutkan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,19 dan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek infrastruktur sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek moda sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek rute sebesar 0,2 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,13.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek moda sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek terminal sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek rute sebesar 0,16.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek rute sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah Aspek infrastruktur sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah Aspek moda sebesar 0,2 dan terakhir disusul oleh Aspek terminal sebesar 0,15.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek infrastruktur dengan total 1,16. Hal ini dikarenakan Aspek infrastruktur paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek infrastruktur menjadi Aspek utama pada kategori Aspek aksesibilitas suatu aspek Daya Tarik suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.150
Prioritas Aspek Teknologi suatu Destinasi Wisata dalam Model Wisata Halal

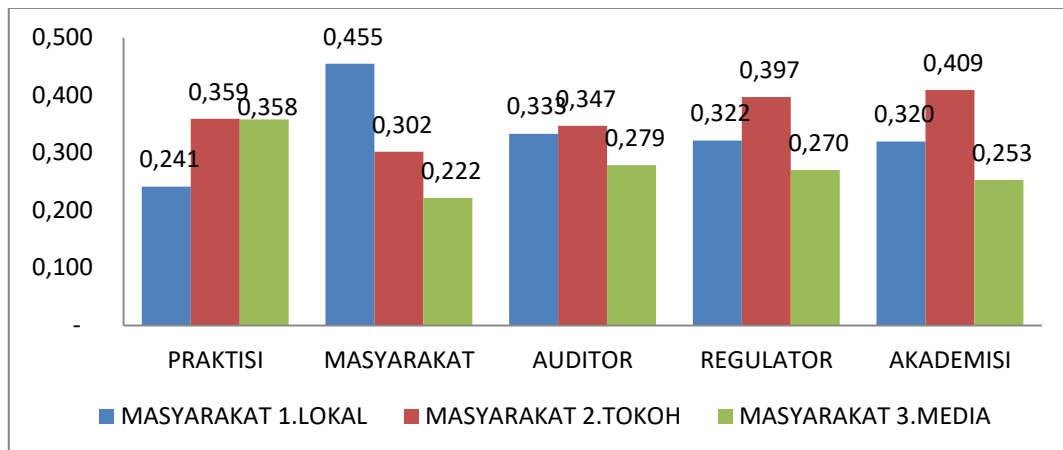
Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.150 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,4, diurutkan kedua adalah Aspek media Sosial sebesar 0,3, diurutkan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,13 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,13.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,3, diurutkan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,27, diurutkan kedua adalah IT Bisnis sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek internet sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,13.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek media Sosial sebesar 0,31, diurutkan kedua adalah Aspek internet sebesar 0,31, diurutkan ketiga adalah IT Bisnis sebesar 0,18 dan diurutkan terakhir disusul oleh IT Hiburan sebesar 0,14.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek internet sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah IT Bisnis sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah IT Hiburan sebesar 0,15 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media Sosial sebesar 0,2.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek media Sosial dengan total 1,29. Hal ini dikarenakan Aspek media Sosial paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek media Sosial menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

j. Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.151
Prioritas Aspek Masyarakat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.151 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

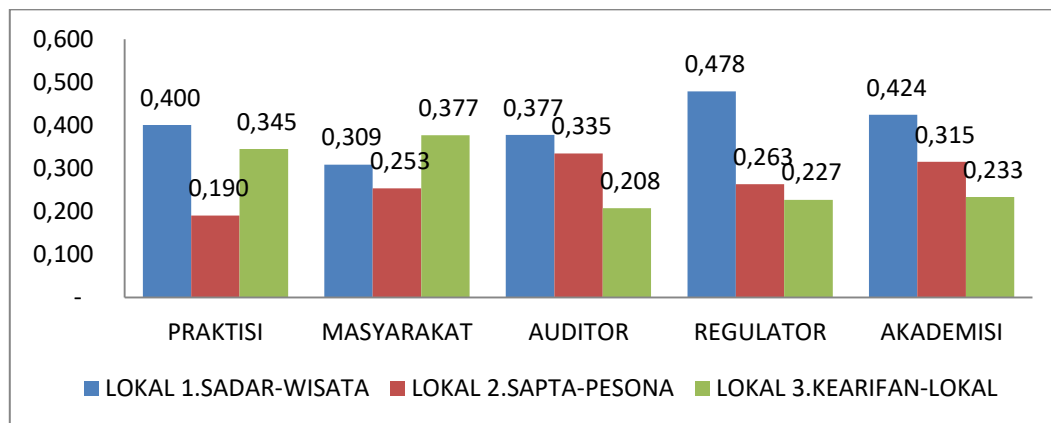
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek media sebesar 0,36 dan diurutkan terakhir disusul oleh aspek lokal sebesar 0,24.
- 2) Masyarakat memprioritaskan aspek lokal sebesar 0,46, diurutkan kedua adalah Aspek tokoh sebesar 0,3 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,22.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,35, aspek lokal sebesar 0,33 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,28.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,32, aspek lokal sebesar 0,4 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,27.

- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek tokoh sebesar 0,41, aspek lokal sebesar 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek media sebesar 0,25.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek tokoh dengan total 1,44. Hal ini dikarenakan Aspek tokoh paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek tokoh menjadi Aspek utama pada kategori Aspek Teknologi suatu destinasi wisata dalam Model wisata halal.

k. Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.152
Prioritas Aspek Masyarakat lokal dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.152 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

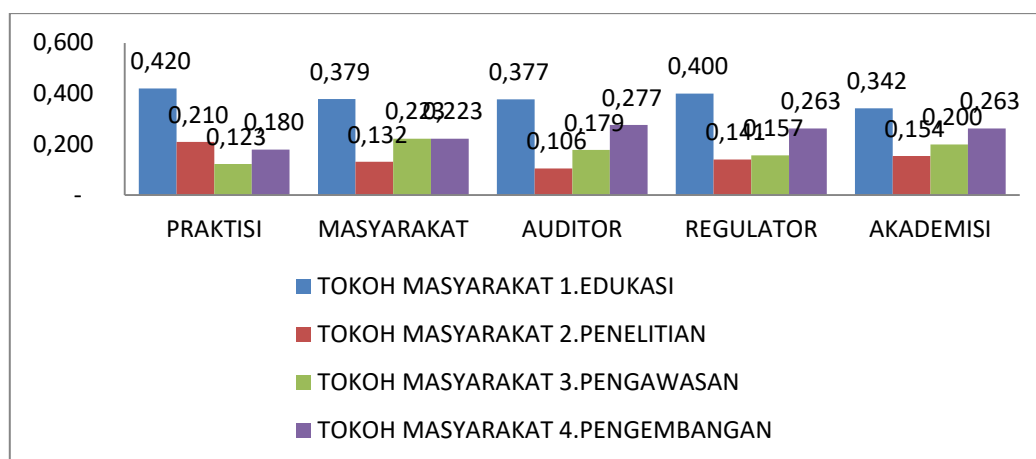
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,4, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,35 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,19.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,31, diurutan kedua adalah Aspek sadar wisata sebesar 0,38 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,25.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,38, diurutan kedua adalah Aspek sapta pesona 0,34 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0,31.

- 4) Regulator memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,48, diurutan kedua adalah Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0, 28dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek sapta pesona 0,26.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek sadar wisata sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Aspek sapta pesona 0,32 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek kearifan aspek lokal sebesar 0, 23.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek sadar wisata dengan total 1,79. Hal ini dikarenakan Aspek sadar wisata paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek sadar wisata menjadi Aspek masyarakat dalam Model wisata halal.

1. Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.153
Prioritas Aspek tokoh Masyarakat dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.153 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

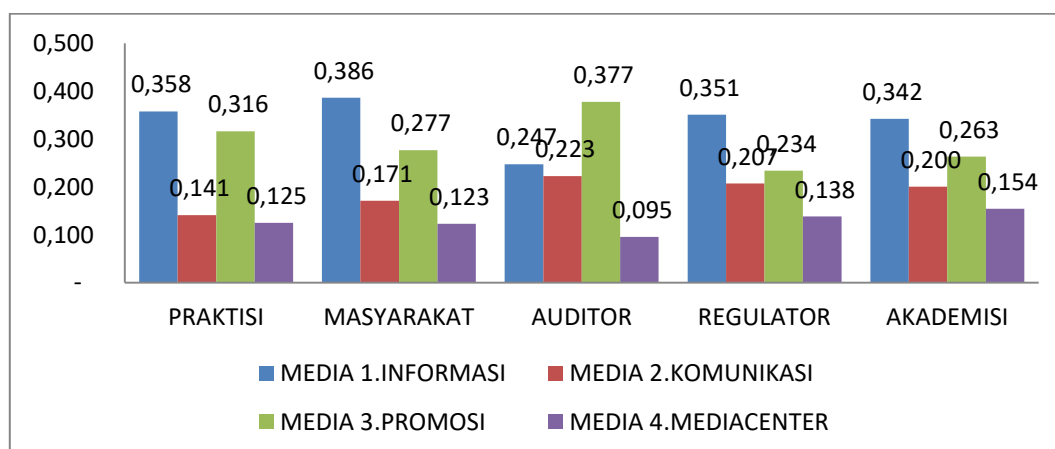
- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,42, diurutan kedua adalah Aspek penelitian sebesar 0,21, diurutan ketiga adalah aspek Model sebesar 0,18 dan terakhir disusul oleh Aspek pengawasan sebesar 0,12.

- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, diurutan kedua adalah aspek Model dan Aspek pengawasan sebesar 0,22 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,13.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,38, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,28, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,18 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,11.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,40, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,16 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,14.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek edukasi sebesar 0,34, diurutan kedua adalah aspek Model sebesar 0,26, diurutan ketiga adalah Aspek pengawasan sebesar 0,200 dan diurutan terakhir disusul oleh Aspek penelitian sebesar 0,15.

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek edukasi dengan total 1,6. Hal ini dikarenakan Aspek edukasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya aspek edukasi menjadi Aspek masyarakat local dalam Model wisata halal.

m. Aspek media dalam Model Wisata Halal



Gambar 4.154

Prioritas Aspek media dalam Model Wisata Halal

Berdasarkan Hasil ANP pada Gambar 4.154 di atas terlihat bahwa untuk Model wisata halal sustainable rata-rata kategori di atas keseluruhan kategori:

- 1) Praktisi memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,36, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,32, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,14 dan diurutkan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,13.
- 2) Masyarakat memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,386, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,28, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,17 dan diurutkan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,12.
- 3) Auditor memprioritaskan Aspek promosi sebesar 0,38, diurutkan kedua adalah Aspek informasi sebesar 0,25, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,22 dan diurutkan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,1.
- 4) Regulator memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,35, diurutkan kedua adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,24, diurutkan ketiga adalah Aspek promosi sebesar 0,23 dan diurutkan terakhir disusul oleh Aspek komunikasi sebesar 0,21.
- 5) Akademisi memprioritaskan Aspek informasi sebesar 0,34, diurutkan kedua adalah Aspek promosi sebesar 0,26, diurutkan ketiga adalah Aspek komunikasi sebesar 0,20 dan diurutkan terakhir adalah Aspek Mediacenter sebesar 0,15

Kesimpulan: (Total semua)

Jadi, diketahui dari keseluruhan kategori yang ada jumlah terbanyak adalah Aspek informasi dengan total 1,35. Hal ini dikarenakan Aspek informasi paling banyak dipilih dari seluruh kategori. Artinya Aspek informasi menjadi Aspek media dalam Model wisata halal.